

النظريات العلمية

في مجال

الإعلام الإلكتروني

دكتور / رضا عبد الواحد أمين

قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

منتدى سور الأزبكية

WWW.BOOKS4ALL.NET

٢٠٠٧م

منتدی سور الانزبکیہ

WWW.BOOKS4ALL.NET

النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني

دكتور / رضا عبد الواحد أمين

قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

٢٠٠٧م

أعوذ بالله من الشيطان الرجيم

بسم الله الرحمن الرحيم

”يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّا قِيلَ لَكُم تَفَلَّسُوا فِي الْمَجَالِسِ

فَافْزَلُوا فَفَلَسَ اللَّهُ لَكُم وَإِنَّا قِيلَ لَاشْرُوا فَاشْرُوا

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ“

سورة المجادلة ، الآية (١١)

الفهرس

الموضوع	الصفحة
الفصل الأول: أهمية العلم والنظريات العلمية في حياة الإنسان.....	٧
الفصل الثاني : الفرق بين النظرية والنموذج والفرض في دراسات الإعلام	١٩
الفصل الثالث : نظرية الانتقالات	٣٣
الفصل الرابع : نظرية الاستخدامات والإشباعات	٦٣
الفصل الخامس نظرية التفاعلية في وسائل الإعلام	٩١
الفصل السادس : مدخل ثراء الوسيلة الإعلامية	١٠٣

الفصل الأول

أهمية العلم والنظريات العلمية في حياة الإنسان

لا زلت أؤمن أن الفارق الرئيسي بين الدول المتقدمة والدول الأقل تقدماً أو الدول النامية ، هو سيادة الروح العلمية في الدول الأولى ، أو في كثير من مظاهرها ، وسيادة روح الخرافة ، وغياب التخطيط عن حياة الأمم والشعوب في الدول النامية ، إن الله تعالى خلق الإنسان وسخر له كل ما في الكون ليكون في خدمته ، وأمره بعمارة الكون ، وخلافة الأرض ، يقول تعالى :

"وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ، وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ، قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ، قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ "

وتلاحظون معي أن الله تعالى جعل من مسوغات خلافة الإنسان لله في الأرض أن علمه الأسماء كلها ، وعلمه ما لم تعلمه الملائكة ، وطلب منهم أن يخبروه بعض العلم الذي علمه آدم فقالوا سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا ، إذن فمادة العلم هي أول ما تعلم آدم ، هي أكثر ما تكرر في هذا الحوار الذي دار بين الله تعالى والملائكة وآدم (الإنسان الأول) ، وفي ذلك دلالة على أهمية العلم

وقيمته في الحياة ، حيث به تستقيم ، ويضمن أن لا يضل عن الصراط القويم .

إن أول آية قرآنية لامست قلب الرسول صلى الله عليه وسلم كانت تحثه على العلم وأهمية طلبه:

" اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ، خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ، اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ، الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ، عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ " . العلق ١-٥ .

فالإسلام، لا مرء، يدعو إلى العلم والتقدم الذي تستفيد منه الحضارة الإنسانية، وما كانت البشرية لتصل إلى ما وصلت إليه لولا إنتاج العقل المبني على العلم والبحث العلمي. ذلك العقل الذي يعرف أن له خالقا، خلق فسوى، وقدر فهدى يتطلع إلى الكون بنظرة إيمانية تعينه على تحقيق النتائج العلمي

ويلعب العلم والبحث العلمي وتطبيقاته التكنولوجية دورا مهما في تطور ورفاهية المجتمع في أي دولة. ويمكن اعتبار إجراء البحوث العلمية مقياسا لتقدم هذه الدول ونموها الاجتماعي والاقتصادي. فالدول التي تعرف كيف تطبق مخرجات البحث العلمي، نجدها دائما تحتل مكان الصدارة في مجالات عديدة، مثل تصنيع الآلات والأجهزة الحربية، وهذا يجعلها تتفوق عسكريا

وتكثر مساهماتها الثقافية والعلمية في الحضارة الإنسانية، أو في مجال تقديم الخدمات المتنوعة لمواطنيها وفق أحدث الأساليب. أو كمثال آخر وليس أخرا، في نموها الاقتصادي وبناء المصانع وزيادة الإنتاج وحسن استغلال الموارد الطبيعية.

ويرتبط البحث العلمي وتطبيقاته التكنولوجية بالتنمية الوطنية والأعمار ارتباطا عضويا لا يمكن فصله، والدول المتقدمة صناعيا بارعة في ترسيخ هذا الارتباط والاستفادة منه لأقصى الحدود. حيث يعود التحسن في مستوى معيشة أفرادها بنسبة ٦٠-٨٠% إلى التقدم العلمي والتقني، بينما يعزى هذا التحسن بنسبة ٢٠-٤٠% إلى وجود رأس المال.

ولقد نهجت الدول المتقدمة نهجا بحيث لا تخطو خطوة في أي مجال إلا بعد دراسة مستفيضة، وهذا ما يجعلها مستقرة اجتماعيا واقتصاديا وعلميا، أو بمعنى آخر أن البحث العلمي يشكل جزءا لا يتجزأ من تنميتها القومية. وعلى العكس من ذلك نجد أن أغلب الدول النامية ترتجل الحلول للمشاكل التي تواجهها والتي تكون بعيدة جدا عن الأسلوب العلمي الموضوعي .

أضف إلى ذلك أن المشكلة أو التحدي في توجيه البحث العلمي إلى أغراض التنمية في الدول النامية تتبع من أن التنمية وحتى

مفهوم التنمية في هذه المجموعة مازالت تحبو أو أن التخطيط لها يتم بطرق ووسائل عشوائية أو ارتجالية أو مقلدة لنموذج من الدول الصناعية المتقدمة. لذا تنعكس أنشطة البحث العلمي في هذه المجتمعات نتيجة لهذا التخبط أو غياب التخطيط لتغدو ممارسات ونتائج لجهود لا تمس أو تتبع أو تتواءم مع احتياجات المجتمع. وقد لا ينظر إليها كأبحاث علمية ذات مردود اجتماعي واقتصادي. وقد يعزى ذلك إلى أن مثل هذا التجافي والتباعد بين البحث العلمي والتنمية في البلدان النامية تنتج عنه أبحاث بعيدة الصلة بالتنمية الداخلية، إذ يسعى من خلالها الباحثون النشر في دوريات علمية عالمية بغرض الترقية أو بغرض حضور محافل علمية عالمية.

ومن نافلة القول الإدراك بأن لأنشطة البحث والدراسات العلمية دورا هاما ومشاركة ضليعة في تحقيق أهداف التنمية الوطنية الشاملة لأي مجتمع، إذ تلعب هذه الأنشطة دورا بارزا في إعداد وتنمية الكوادر الوطنية وفي استغلال المصادر الطبيعية الوطنية المتاحة وفي زيادة استقلالية المجتمعات المتمثلة في استيراد أو تطوير معارف علمية وتقنيات متعددة للوفاء باحتياجات المجتمع. وتزداد مساهمة أنشطة البحث العلمي في تطوير المجتمع وتناسب طرديا مع كفاءة الاستفادة من نتائج الأبحاث العلمية وتطويعها في قطاعات المجتمع المختلفة. ويتطلب ذلك، تفاعلا

اجتماعيا وعلميا بين العاملين في هذه المؤسسات وبين القطاعات أو المؤسسات المستفيدة. ولا جدال أن غياب مثل هذا التفاعل أو عدم وجود تنسيق بين هذه الجهات يؤدي إلى تشتيت الجهود والتأخير في مرحلة التوصل إلى الحلول والاقتراحات والبدائل في المؤسسات العلمية ومن ثم تبنيها وتطبيقها في القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة.

إن الاستفادة من نتائج الأبحاث والدراسات العلمية تبدأ من مؤسسات الأبحاث العلمية والتطوير (إما باستجابتها لطلب قطاع ما في المجتمع أو بمبادرتها لوضع حلول ودراسات تهدف إلى تعزيز هذا القطاع)، حيث تبدأ حينها هذه المؤسسات بتشخيص المشكلة ودراستها ثم وضع المقترحات الوافية والكفيلة بمعالجتها للتوصل إلى الحلول ومن ثم التوصيات اللازمة بها على أن تطابق هذه الحلول واقع الحال لدى هذه المؤسسات ويتم اختبارها والتأكد من فاعليتها قبل إعدادها بصورة نهائية وتقديمها إلى القطاع أو المؤسسة المستفيدة.

ويلعب البحث العلمي وتطبيقاته التكنولوجية دورا هاما في تطور ورفاهية المجتمع في أي دولة. ويمكن اعتبار إجراء البحوث العلمية مقياسا لتقدم هذه الدول ونموها الاجتماعي والاقتصادي.

فالدول التي تتميز بكفاءة تطبيق مخرجات البحث العلمي، نجدها دائما تحتل مكان الصدارة في مجالات عديدة، مثل تصنيع الآلات والأجهزة الحربية، وهذا يجعلها تتفوق عسكريا وتكثر مساهماتها الثقافية والعلمية في الحضارة الإنسانية، أو في مجال تقديم الخدمات المتنوعة لمواطنيها وفق أحدث الأساليب. أو كمثال آخر وليس أخرا ، في نموها الاقتصادي وبناء المصانع وزيادة الإنتاج وحسن استغلال الموارد الطبيعية. وتسمى هذه الدول بالدول المتقدمة أو الصناعية (أو دول الشمال). بينما نجد دولا أخرى تسمى بالدول النامية (أو دول الجنوب) نرى أن قدرتها على استخدام العلم والبحث العلمي وتطبيقاته التكنولوجية متخلفة .²

إن العلم أفضل فعاليات الإنسان وأكثر أشكال الحضارة البشرية حضورا وتمثلا وأشدّها إيجابية، وإن هذه الحقب المتعاقبة من تاريخ الإنسان وأنشطته، ما كان يمكن اقتداسها ومحاولة دراستها إلا بواسطة مناهج للبحث العلمي. فالمضادات الحيوية والحاسبات الإلكترونية والطاقة النووية والسفر عبر الفضاء، الخ كمكتشفات بالغة التطور والتي تثير الدهشة والإعجاب تمتد بجذورها إلى الجهد الإنساني وكانت سببا ونتيجة لتطور فكر ونمو تفكير الإنسان. فالعلم والبحث العلمي ينتجان من العقل ويمثلان خيرا عميما متاحا للجميع، وليس حكرا على فئة ما.

كما أن العلم شريان تاجي من شرايين الحضارة الإنسانية ونبضه مؤشر دال على حيوية الحضارة والتقدم ورفي الأمم. والحضارة.

والمنهج العلمي إذن هو طريقة تنظيم عملية اكتساب المعرفة العلمية، إنه المبادئ التنظيمية الكامنة في الممارسات الفعلية للعلماء الذين انخرطوا بنجاح، وعلى مر العصور، في إنتاج المعرفة العلمية والإضافة إلى نسق العلم .

والعلم مجموعة من السمات الرئيسية ، تتلخص أهمها في :

- أنه يستخدم منهجا متعارفا عليه ، وهذا هو الأساس في العلم أنه طريقة تفكير .
- أنه مجموعة من القوانين تفسر ظاهرة أو ظواهر معينة .
- جسد من المعرفة تتراكم مكوناته على مر سنوات عديدة من البحث عن طريق جهود علماء على مر سنوات طويلة .
- الموضوعية ، وهي مسألة نسبية إلى حد كبير ، ولا توجد حيادية أو موضوعية بنسبة ١٠٠% ، لكننا لابد أن نبذل أقصى طاقتنا للوصول إلى الموضوعية .
- التعميم .. وهو هدف العلم ، أن نخرج بقوانين ونظريات علمية تعميمية تنطبق على أكبر عدد ممكن من الظواهرات .

ويمكن تعريف العلم - في هذا السياق - بأنه :

- مجموعة من المفاهيم والمبادئ النظرية ذات علاقة
نفعية للإنسان³.

وتأتي النظريات العلمية لتمثل القوانين المنتظمة التي توصل إليها
العلماء والباحثون لضبط وفهم الظواهر التي تحيط بالإنسان .

مصادر الفصل الأول

¹سورة البقرة ، الآيات ٣٠-٣٣

². يوسف يعقوب السلطان ،الإسلام وتنمية العلم والبحث العلمي، مقال منشور في موقع www.islamset.com

³محمد الوفاي ، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية (القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٨٩ ، ص ١٥)

الفصل الثاني

الفرق بين النظرية والنموذج
والفرض في دراسات الإعلام

مفهوم النظرية

إن كلمة نظرية Theory في الإنجليزية معناها:

الجانب النظري من علم أو فن¹

والنظرية في دائرة المعرف البريطانية :

هي خطة ذات مراحل مرتبة ذهنيا ، تشمل مجموعة من النظم والعمليات والافتراضات والاقتراحات التي تتسبب في إحداث نتيجة قائمة على الاستدلال الذهني المنطقي .

وهي ترتيب منطقي منهجي للحقائق طبقا لطبيعة العلاقة بين هذه الحقائق ، وبين فروض مسبقة ، وهي تفسير لصحة بعض الفروض التي لا ترقى لمستوى القانون².

وتعرف النظرية بأنها مجموعة من المتغيرات والمفاهيم والافتراضات تقدم نظرة منظمة للظاهرة ، وذلك من خلال تحديد العلاقات بين المتغيرات بغرض تفسير الظاهرة والتنبؤ بحدوثها في المستقبل .

والنظرية هي طريقة لمحاولة فهم موقف أو ظاهرة بهدف التحكم فيها .

والنظرية لابد أن تقوم بالربط بين المفاهيم أو الربط بين الحقائق .

كما أن النظرية العلمية تمثل نظاما أو منظومة من القوانين ، وهي ليست مجرد تجميع للقوانين ، فالقانون يتغير نوعا ما عندما يدخل يف نطاق نظرية لها نظام خاص .

والنظريات العلمية في مجال العلوم الاجتماعية- ومنها علوم الإعلام - تتسم بالثبات النسبي ، بعكس النظريات العلمية في مجال العلوم التطبيقية والرياضية التي تتسم بالثبات المطلق ، وهو فارق جوهري بين العلوم التطبيقية والاجتماعية بشكل عام .

وظائف النظرية العلمية :

للنظرية العلمية ثلاثة وظائف هامة :

(١) تفسير وفهم الظاهرة ، وهي أحد أهم أهداف العلم والبحث العلمي بشكل عام .

(٢) التنبؤ ، ويعني إمكانية التعرف على ملامح الظاهرة في المستقبل القريب أو البعيد ، استنادا إلى دراسة الواقع دراسة متعمقة .

(٣) التلخيص والتجميع للحقائق في صورة تعميمات علمية .

مفهوم النموذج

النموذج Model يختلف عن النظرية العلمية ، فالنموذج

هو :

• عبارة عن تمثيل مصغر ومبسط للواقع .

فالنظريات تبنى على النماذج التي تبسط الظاهرة تمهيدا لفهمها .
ويمكن تشبيه النموذج بالهيكل العظمي ، أما النظرية فهي كائن حي متكامل .

فالنموذج عبارة عن بيت في منتصف الطريق نحو بناء نظرية ، فنحن نصل إلى بناء النظرية مروراً بالنموذج أولاً ، أي بمساعدته .

ولكن كثيراً من الباحثين يقومون بالخلط بين النموذج الذي يشبه بالماكيت الذي يعبه المهندس لبيت مثلاً ، والنظرية التي تمثل البيت على حقيقته ، وتعطي زواره صورة واقعية وحقيقية له ، ونجد في كثير من أدبيات الإعلام ونظرياته ما يستخدم النموذج والنظرية على أنهما مترادفان ، والحقيقة على ما تم توضيحه .

ويمكن تقديم المفهوم التالي للنموذج :

- النموذج هو محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثاً أو نظاماً معيناً في شكل رمزي .
- أدوات رمزية تساعدنا على فهم الظاهرة أو النظام ، وإدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة ..³

أنواع نماذج الاتصال :

- يصنف بارنلند Barnlund النماذج تحت نوعين رئيسيين :
- ١- النماذج البنائية : التي تظهر الخصائص الرسمية للحدث أو الشيء ، أي المكونات ، وعدد وحجم وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة .
 - ٢- النماذج الوظيفية : التي تحاول أن تقدم صورة طبق الأصل للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام ، وهي نماذج تشرح طبيعة القوى أو المتغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة .

ولتوضيح الفرق بين النوعين السابقين من النماذج ، فإن المخ على سبيل المثال يمكن أن نقدمه بطريقة نركز فيها على الجوانب البنائية ، فنحدث عن الهيكل العظمي الذي يتواجد فيه ، أو قد نقدمه بشكل نركز فيه على تقديم المخ بشكل وظيفي ، فنحدث عن شبكة التوصيلات الكهربائية التي تقدم لنا صورة مطابقة للعمليات التي نقوم بها .

وظائف النماذج العلمية :

- تحقق نماذج الاتصال أربعة أهداف رئيسية ، هي :
- (١) تنظيم المعلومات : فالنموذج يحاول إعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء أو الظواهر التي ندرسها ، وذلك في شكل رمزي أو مادي .
 - (٢) تطوير الأبحاث العلمية : فالنموذج يصور أفكار الشخص الذي قام ببنائه عن المتغيرات المهمة في الظاهرة في شكل يتيح للمتلقي تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات .
 - (٣) التنبؤ : لأنه توجد علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ ، وذلك أننا بعد أن نفهم الظاهرة ، سنحاول أن نستفيد من النتائج

التي حصلنا عليها ، أي نستنتج من العلاقة الوظيفية التي اكتشفناها نتائج أخرى ، أو نحاول تطبيق ما توصلنا إليه على مواقف أخرى مشابهة .

(٤) التحكم : بعد التنظيم والفهم والتنبؤ نصل إلى الهدف الأخير من أهداف النموذج ، وهو التحكم ، وذلك من خلال محاولة السيطرة على الظواهر ، واستخدامها لصالح الإنسان .

مفهوم الفرض :

يعرف كير لنجر Ker Lenger الفرض العلمي بأنه :
جملة أو مقولة أو حكم مؤقت يتعلق بالعلاقة بين متغيرين
ويعرفه عبد الباسط حسن بأنه :

أفكار مبدئية تتولد في عقل الباحث عن طريق الملاحظة أو التجربة ، فيحاول التحقق من صحتها ، باستخدام الملاحظة أو التجربة ، فيحاول التحقق من صحتها باستخدام الملاحظة أو التجربة من جديد ، وهي عبارة عن أفكار مبدئية تربط بين الظاهرة موضوع الدراسة وبين أحد العوامل المرتبطة بها أو المسببة لها ، أو أنه عبارة عن فكرة مبدئية تربط بين متغيرين أحدهما تابع والآخر مستقل .

مثال لفرض موجه لفهم علاقة بين متغيرين :

توجد علاقة بين استخدام الصحافة الإلكترونية وبين متغير الفئة العمرية للمستخدمين .

ومن المهم الإشارة إلى أن معظم النظريات الإعلامية لم تكن في بداياتها الأولى إلا فروضا استندت إلى موقف أو مشكلة أو ظاهرة ، كما أن كل نظرية أو حقيقة أساسية في مجال الإعلام إنما تقوم على عدد من الفروض العلمية التي تكون في مجملها أبعاد الظاهرة الاتصالية .

وظائف الفروض العلمية في مجال الإعلام :

نؤدي الفروض مجموعة من الوظائف ، منها :

(١) تساعد على تركيز مشكلة البحث في مجالات محددة ، حيث يعتمد عليها الباحث في عزل واستبعاد المتغيرات أو العوامل أو الموضوعات التي يفترض عدم تأثيرها في الظاهرة موضوع الدراسة ، أو أنها لا تدخل ضمن دائرة تخصصه .

(٢) تعمل على تبسيط مشكلة البحث بتحليلها إلى مشكلات فرعية ، حيث يعبر كل فرض عن جزئية محددة من المشكلة موضوع البحث .

(٣) تعمل الفروض العلمية على توضيح مدى العلاقة بين

الحقائق العلمية في مجال البحث من جهة وبين مشكلة البحث أو موضوع الدراسة من جهة أخرى .

(٤) تفتح أمام الباحثين آفاقاً جديدة للبحث في اتجاهات مختلفة

لمشكلة البحث ، وقد تكشف عن علاقات بين متغيرات لم

يكن الباحث قد وضعها في الحسبان ⁴.

أسس صياغة الفروض العلمية :

للفروض مجموعة من المواصفات التي ينبغي أن تتوفر فيها لتكون قابلة للدراسة ، وتحقيق التراكم العلمي والمعرفي المطلوب إضافته في مجال الإعلام ، ومنها :

- أن ينبع الفرض مما لاحظته الباحث في العمليات الأولية للبحث ، وهي المسح أو الملاحظة أو التجربة ، وهو ما يؤكد العلاقة بين خيال الباحث وواقع المشكلة .

- أن يصاغ بصورة واضحة ومحددة ، وخالية من الإسهاب اللفظي والغموض ، ومتسمة بالإيجاز ، ومترابطة من حيث المعنى واللفظ ، مع الابتعاد عن الفروض المطولة والمتداخلة .

- أن يصاغ الفرض بطريقة قابلة للاختبار أو القياس أو التحليل . أن يصاغ الفرض بصورة تعكس دَقَعات السلب أو الإيجاب للنتائج المحتملة التي يَخمَنها الباحث في فروضه .
- عند صياغة الفرض العلمي القائم على علاقات بين متغيرات يجب أن يتضمن تحديد طبيعة هذه العلاقات ، حتى يمكن استخدامها في شرح أبعاد الظاهرة ومسبباتها .
- عند صياغة الفروض التي ترتبط بمتغيرات كمية فإن صياغة الفرض لابد أن تأتي في صورة كمية تشير إلى اتجاه العلاقة بين المتغيرات .

مصادر الفروض العلمية :

تتبع الفروض العلمية من مصادر متعددة ، ومن أهم مصادر هذه الفروض :

١- الملاحظة والتجربة :

الملاحظة هي أسلوب يتبعه الباحث لتوجيه حواسه وانتباهه إلى ظاهرة معينة رغبة منه في الكشف عن سماتها وخصائصها بهدف التوصل إلى تحديد لها في مشكلة بحثية .

والتجربة هي نوع من الملاحظة المضبوطة التي تتضمن تغيير بعض الظروف المحيطة بالظاهرة والتحكم فيها رغبة في الحصول على فهم أعمق لها .

ولكن لا قيمة للملاحظة والتجربة دون الاستفادة منها في وضع الفروض العلمية يمكن من خلالها الوصول إلى تفسير مجرى الظاهرة أو محاولة فهمها بصورة أعمق .

٢- المجال العلمي لتخصص البحث :

وتعد النظريات العلمية في مجال الإعلام مصدرا خصباً للفروض العلمية التي يمكن استنباطها منها ، مثل نظرية الاستخدامات والإشباع ، ونظرية التأطير ، ونظرية الفجوة المعرفية ... الخ

كما تعد الحقائق العلمية المسلم بصحتها في مجال العلم مرتكزا يستند إليه الباحث في تقديم الفروض التي يستكشف بها ظاهرتة موضع الدراسة .

٣- الربط بين مجال تخصص الباحث والمجالات العلمية الأخرى :

حيث تمتد الاهتمامات العلمية لبعض الباحثين إلى مجالات علمية أخرى قريبة الصلة بمجال تخصصه الأصلي ، فيحاول الربط بين هذه المجالات ، مثل علم النفس الإعلامي ودراساته حول

وسائل الإعلام ، وعلم الاتصال والمجتمع ودراساته حول وسائل الاتصال وتأثيرها على البناء الاجتماعي ، وتكويناته .

٤- التخمين :

ويرتبط هذا المصدر بقدرة الباحث على التخيل ، فالتخمين كمصدر للفرض العلمي يأتي وليدا لحدة الذهن ، وتفسيرا ظنيا للعلاقات القائمة بين متغيرات المشكلة أو الظاهرة .

٥- الخبرة الشخصية للباحث :

ويعتد هذا المصدر على درجة كبيرة من الأهمية ، خاصة إذا كان الباحث الإعلامي يمارس العمل الإعلامي كأن يزاوّل مهنة الصحافة إذا كان متخصصا بها أكاديميا ، الخ ..، حي تمكنه الخبرات السابقة من وضع الفروض لدراسة المشكلات التي يعايشها بنفسه بحكم عمله .

مصادر الفصل الثاني

- ¹ منير البعلبكي ، قاموس المورد ، بيروت ، دار العلم للملايين ، ١٩٩٤م ، ص ٩٦٣
- ² د. حسن علة محمد ، الإعلام الإسلامي مفاهيم ونظريات ، ملحق مع مجلة الأزهر ، (عدد شعبان ١٤١٨هـ) ص ٢٣
- ³ جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٥) ص ٧٠
- ⁴ د. السيد أحمد مصطفى ، منهجية الفرض في بحوث الإعلام ، بحوث منشور في مجلة كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر بالقاهرة (العدد ١٩-٢٠٠١م) ص ٢١٥١
- ⁵ المصدر نفسه ، ص ٢١٥٩

الفصل الثالث

نظرية الانتقالات Theory of Transitions

(مراحل تطور الاتصال)

تستخدم نظرية الانتقالات لتفسير المراحل المتميزة لتطور الاتصال الإنساني ، حيث كان لكل مرحلة نتائج عميقة على مستوى الأفراد والمجتمعات .

وتنقسم هذه النظرية إلى عدة مراحل :

• المرحلة الأولى : عصر الإشارات والعلامات :

وتقوم هذه المرحلة على عدة تخمينات مفادها أن البشر كانوا يعيشون في تجمعات صغيرة مثل الحيوانات منذ ملايين السنين ، وفي وقت ما بدءوا يستخدمون أدوات بسيطة في التواصل الإنساني .

والاحتمال أن الإنسان البدائي مارس الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات التي كان قادرا من الناحية الجسمية والطبيعية على إصدارها ، مثل الزمجرة والهمهمة والدمدمة والصراخ ، بالإضافة إلى لغة الجسد ، والتي كانت تشمل الأيدي والأرجل ، وحركات أخرى ، وبعد ذلك تطورت هذه القدرات عبر مراحل زمنية إلى الأفضل في اتجاه أنماط معقدة وأكثر فعالية ودقة للاتصال على أساس قواعد مشتركة لتفسيرها وفهمها ، ولم تكن هذه الأنماط من الاتصال تسمح بالتطور الحضاري المؤثر

والسريع . (سيعلق المؤلف على المرحلة الأولى والثانية من نظرية الانتقالات بعد عرض خلاصة المرحلة الثانية)

● المرحلة الثانية : عصر التخاطب واللغة :

وتقوم هذه المرحلة على افتراض أن اللغة أو التخاطب قد ظهرت في وقت ما خلال الفترة ما بين ٣٥-٤٠ ألف سنة مضت بين مخلوقات تشبه الجنس البشري الحالي من الناحية السمية ، ويطلق عليها اسم إنسان الكرومانيون ، الذي عثر على بقاياه في كهف كرومانيون بفرنسا .

وفي هذه الفترة اعتمد الإنسان على الزراعة ، وتم ترويض بعض الحيوانات استئناسها ، وأصبح الوجود الإنساني أكثر أمنا واطمئنانا ، واتسع نطاق التجمعات السكانية ، ن وأصبحت لغة التخاطب أكثر تنوعا مما ساعد على انطلاقات كبرى في التطور الإنساني ، وساعدت اللغة على تمكين الجنس البشري من التأقلم مع بيئته الطبيعية والاجتماعية بوسائل لم تكن مطروحة في عصر الإشارات والعلامات ، وقد أتاح التحول إلى الاتصال باللغة إحداث تعديلات مثيرة للوجود الإنساني ، حيث انتقلت مجتمعات عديدة من أسلوب الحياة بالصيد وجمع الثمار إلى تطوير حضارات كبرى .

ويرى المؤلف أن التحقق والتثبت من الفرضية القائلة بوجود هاتين المرحلتين أمر متعذر ، حيث تفترض هاتان المرحلتان وجود إنسان بدائي شبيه بالحيوانات في بدايات وجوده على الأرض شكلا وحياة ، وربما تستمد هذه الفرضية على نظرية النشوء والارتقاء الشهيرة التي يدور حولها جدل كبير ، وتتعارض مع كثير من الحقائق العلمية المستمدة من الكتب السماوية ، خاصة تلك التي لم ينلها تبديل أو تحريف كالقرآن الكريم الذي ذكر قصة الإنسان الأول ، وأثبت أن هناك حوار دار بينه وبين الملائكة وبين الله تعالى ، وطبيعي أن لا يكون هناك حوار بغير لغة تخاطب ، يقول تعالى في سورة البقرة :

"وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ، وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ، قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ، قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ الْغَيْبَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ" ²

كما ذكر الله تعالى في سورة الأعراف بما لا يدع مجالا لشك أن آدم أبو البشر قد تكلم وخاطب الله تعالى بعدما أكل من الشجرة التي نهاه الله عنها ، يقول تعالى :

"وَيَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ فَكُلَا مِنْ حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ ، فَوَسْوَسَ لَهُمَا الشَّيْطَانُ لِيُبْدِيَ لَهُمَا مَا وُورِيَ عَنْهُمَا مِنْ سَوْءَاتِهِمَا وَقَالَ مَا نَهَاكُمَا رَبُّكُمَا عَنْ هَذِهِ الشَّجَرَةِ إِلَّا أَنْ تَكُونَا مَلَكَينِ أَوْ تَكُونَا مِنَ الْخَالِدِينَ ، وَقَاسَمَهُمَا إِنِّي لَكُمَا لَمِنَ النَّاصِحِينَ ، فَدَلَّاهُمَا بِغُرُورٍ فَلَمَّا ذَاقَا الشَّجَرَةَ بَدَتْ لَهُمَا سَوْءَاتُهُمَا وَطَفِقَا يَخْصِفَانِ عَلَيْهِمَا مِنْ وَرَقِ الْجَنَّةِ وَنَادَاهُمَا رَبُّهُمَا أَلَمْ أَنْهَكُمَا عَنْ تِلْكَ الشَّجَرَةِ وَأَقُلْتُ لَكُمَا إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمَا عَدُوٌّ مُبِينٌ ، قَالَا رَبَّنَا ظَلَمْنَا أَنْفُسَنَا وَإِنْ لَمْ تَغْفِرْ لَنَا وَتَرْحَمْنَا لَنَكُونَنَّ مِنَ الْخَاسِرِينَ ، قَالَ اهْبِطُوا بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ وَلَكُمْ فِي الْأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ إِلَى حِينٍ"³

وقد ذكر الله دعاء آدم وحواء واستغفارهما بالقول ، وعبر عن ذلك في آية أخرى بأنها كانت كلمات ، وليست إشارات ولا علامات ، كما في قوله تعالى :

"فَتَلَقَّى آدَمُ مِنْ رَبِّهِ كَلِمَاتٍ فَتَابَ عَلَيْهِ إِنَّهُ هُوَ التَّوَّابُ الرَّحِيمُ"⁴
وربما نتفق مع افتراض نظرية الانتقالات أن حياة الإنسان الأولى أخذت شكلا تدريجيا من حيث التطور والتنظيم ونشأت

التجمعات السكانية ، وبل وتحول اعتماد الإنسان على الأنشطة الاتصالية والاقتصادية المنظمة في تلك الفترة ، إلا أننا لا نستطيع أن نسلم بأنه عاش فترة من الزمن لا يعرف لغة التخاطب والتواصل إلا ما كان من أمر الإشارات والعلامات ، كما لا يستطيع أي عالم أن يثبت بالدليل القطعي صحة هذا الافتراض .

والحقيقة أن هذه إشكالية كبرى فيما يتعلق بالدراسات الإعلامية ، حيث أن معظم منظري علم الإعلام ليسوا من العرب ولا المسلمين الذين تتاح لهم هذه المصادر التي تحوي معلومات هامة تتعلق بالمراحل الأولى المكونة لنظرية الانتقالات .

لقد أنفق العرب وقتاً كبيراً في الدراسات الأمبريقية - ولا يزالون - دون أن يهتم بعضهم بالتنظير ، لذلك وجدنا معظم - إن لم تكن كل نظريات الإعلام - مترجمة عن علماء أجنبية ، والحاجة ماسة لأن يتصدى لهذا الأمر علماء الإعلام والاتصال الذين ينتشرون باتساع العالمين العربي والإسلامي ، ولعل هذه الكلمات تكون حافزاً للباحثين أن ينحو هذا النحو من البحث العلمي .

● المرحلة الثالثة : عصر الكتابة :

تفترض هذه النظرية أن الإنسان استغرق ملايين السنين حتى توصل إلى القدرة على استخدام اللغة ، كما استغرق عدة قرون حتى أصبحت الكتابة إحدى حقائق الحياة الإنسانية .

وتمر مرحلة عصر الكتابة بعدة تطورات ، هي :

- الكتابة التصويرية Pictographic Symbols

ظهرت الكتابة التصويرية عند المصريين القدماء بعد فترة من استقرار نظام الزراعة ، وحاجة الناس لتسجيل ملكياتهم للأرض وعمليات البيع والشراء ، كما كانت تستخدم الكتابة التصويرية في تزيين المقابر والمعابد والآثار ، وكانت هذه النقوش عبارة عن صور بدائية مرسومة أو محفورة على الجدران والأسطح ، وتم وضع هذه الرموز في صيغ اصطلاحية متفق عليها ، فالرسم البسيط لشروق الشمس يعني اليوم ، ورسم القوس والسهم يعني الصيد ، والخط المتعرج يعني بحيرة أو نهر ، وهكذا فإن الربط بين عدة رسومات يمكن أن يحكي قصة عن الصيد أو الحرب أو طقوس العبادة ، وقد سمحت هذه المعاني بتخزين المعلومات ، وأصبح انتقال الأفكار ممكناً بهذه الطريقة من شخص لآخر .

- الكتابة على أساس النطق Ideographic

طور السومريون (العراقيون) نمطا آخر من الكتابة التي تعتمد على الرموز التي تعكس أصواتا محددة ، ففي حوالي ١٧٠٠ قبل الميلاد توصل السومريون إلى فكرة أن يعبر كل رمز صغير عن صوت محدد بدلا من أن يعبر عن فكرة أو شيء ، وكانت قيمة هذا الابتكار هائلة ، فبدلا من آلاف الرموز المنفصلة أصبح المطلوب عددا أقل من الرموز للتعبير عن أصوات المقاطع التي تتكون منها الكلمات ، وكان ذلك هو الخطوة الأولى في تطوير الكتابة الصوتية .

- الكتابة الأبجدية :

ظهرت الكتابة الأبجدية التي تعتمد على الحروف منذ حوالي ٧٠٠ عم قبل الميلاد ، وانتشرت بسرعة نسبية في أنحاء العالم القديم ، وتعتمد على استخدام رموز الحروف للتعبير عن الأصوات الساكنة والمتحركة بدلا من المقاطع الصوتية ، وكان ذلك تقدما كبيرا .

وكانت الكتابة تعتمد على عدد من الوسائط ، وكانت الأحجار أول وسيط يكتب عليه وتسجل عليه المعلومات ، وقد أبدع المصريون القدماء صورا رائعة على جدران المعابد من خلال النقوش البارزة والرسوم على الجدران .

واستخدم السومريون الكتابة المسمارية ، وهي الكتابة على لوحات من الطمي من خلال عصا ذات سن مدببة لعمل علامات على الطمي ، ثم تسخن ألواح الطمي المكتوب عليها ، وتتحول إلى فخار .

وفي حوالي عام ٢٥٠٠ ق.م . اكتشف المصريون القدماء طريقة لصنع نوع من الورق من نبات البردي الذي كان يوجد في دلتا النيل ، ومثلت هذه المرحلة نقلة نوعية في وسائط الكتابة حيث تتسم تلك الفترة بسهولة حمل ورق البردي ونقله بالقياس إلى صعوبة ذلك مع الأحجار .

وكان الصينيون هم أول من اكتشف صناعة الورق ، واستطاع العرب أن يتعلموا فن صناعته من الصينيين في النصف الثاني من القرن الثامن الميلادي ، ففي عهد الخليفة العباسي هارون الرشيد (٧٨٦-٨٠٩م) انتشرت مصانع الورق في بغداد وغيرها من مدن العالم الإسلامي ، وانتقلت هذه الصناعة في القرن الحادي عشر الميلادي إلى مصر ، أما أوروبا - وفقا لما يذكره خليل صابات - فقد وصل إليها الورق عندما أدخله لعرب إلى الأندلس ، وكانت مدينة طليطلة أول مدينة أوروبية تعرف صناعة الورق .

● المرحلة الرابعة : عصر الطباعة :

تعد فكرة استخدام الختم لترك أثر على سطح ما أو طبع صورة من إرهابات اكتشاف الطباعة ، وقد استخدم الصينيون هذه الطريقة لطباعة كتاب بأكمله وهو كتاب (الماسة سوترا) أو محاورات بوذا ، وهو أول كتاب في العالم حوالي سنة ٨٠٠ م ، وكان ذلك قبل ظهور الطباعة في أوروبا بمئات السنين .

ثم اكتشف الألماني يوحنا جوتنبرج المطبعة في عام ١٤٣٦م من خلال تطويره لآلة عصر النبيذ التي كان يعمل عليها ، واستغرقت تجاربه لمدة عشرين عاما ، وكان الإنجيل هو أول كتاب يطبعه جوتنبرج في أوروبا ، ثم توالى طبع الكتب المتعددة خاصة مع بدايات القرن السادس عشر الميلادي ، وطبع العديد من الكتب بأكثر من لغة أوروبية ، مما كان له أكبر الأثر في زيادة وعي الشعوب ، من خلال تسجيل الأفكار والمعارف الإنسانية التي أدت فيما بعد إلى عدد من الثورات على تقاليد بالية في أوروبا .

• المرحلة الخامسة : عصر الاتصال الجماهيري :

شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة وسائل الاتصال الجماهيرية التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين ، فقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لمعالجة بعض المشكلات الناتجة عن الثورة الصناعية .

وباختراع التلغراف والتليفون والفونوغراف والسينما الناطقة واللاسلكي مراحل هامة ، وعوامل مساعدة في ظهور الاتصال الجماهيري .

وكان ظهور الصحافة في أوروبا وأمريكا مبكرا بعض الشيء ، وظهرت صحافة البنس في نيويورك ، إشارة إلى أن ثمنها لا يتجاوز بنسا واحدا ، بعدما تم عملية تطوير في الجوانب الفنية الخاصة بسرعة الطبع والتوزيع ، وقد نشأت الصحافة منذ ظهورها في غرب أوروبا في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر صحافة خبرية ، أي تقتصر على نشر الأخبار دون أن تجرؤ على التعليق عليها ، وبذلك تكون الصحافة قد بدأت لتؤدي وظيفة أساسية واحدة هي نشر الأخبار ، أما لماذا بدأت

الصحافة خبرية فإن ذلك يعود إلى أن ظهور الصحافة قد عاصر تحول المجتمعات في غرب أوربا من النظام الإقطاعي إلى النظام الرأسمالي وظهور الطبقة البورجوازية .. والمعروف أن البورجوازية قد بدأت تاريخيا مالية تجارية ثم تحولت بعد ذلك إلى بورجوازية صناعية مع ظهور فجر القرن التاسع عشر .⁵

وقد تكررت الظاهرة الأوربية في الوطن العربي ، فقد نشأت الصحافة العربية أيضا صحافة خبرية .. فأول صحيفة ظهرت في الوطن العربي هي صحيفة (الوقائع المصرية) التي أصدرها محمد علي حاكم مصر عام ١٨٢٨م ، وكانت منذ بدايتها ، ولفترة طويلة بعد ذلك صحافة خبرية تكتفي بنشر أخبار الدولة وأوامرها وتعليماتها لكبار الموظفين والجمهور ، وذلك لخدمة طموح محمد علي في بناء دولة حديثة ، وكذلك كان الأمر مع بقية الصحف الأولى التي صدرت في الدول العربية ، فقد بدأت جميعها صحف خبرية ، مثل :

- صحيفة المبشر الجزائرية .. عام ١٨٤٧م .
- الأخبار اللبنانية عام ١٨٥٨م .
- الرائد التونسية عام ١٨٦٠م .
- صحيفة سورية عام ١٨٦٦م .
- صحيفة طرابلس الغرب الليبية عام ١٨٦٦ أيضا .

- صحيفة الزوراء العراقية عام ١٨٦٩م .
- صحيفة صنعاء اليمنية عام ١٨٧٩م .
- صحيفة مراكش المغربية عام ١٨٨٩م .
- صحيفة الغازيتية السودانية عام ١٨٩٩م .
- صحيفة الحجاز السعودية عام ١٩٠٨م .⁶

وإذا كانت الصحف الأوروبية قد بدأت صحفاً خبرية لخدمة مصالح الطبقة البورجوازية في أوروبا ، فقد ظهرت الصحف العربية لخدمة مصالح الحكومات العربية ، حيث يلاحظ أن جميع هذه الصحف صدرت عن الحكومات والأنظمة الحاكمة لتوصيل أوامرها وتعليماتها إلى الشعوب ، وبالتالي فهي صحافة رسمية .

وفي مجال الإذاعة فقد كان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الإذاعة الصوتية المنتظمة منذ عام ١٩١٩م ، ثم تبعهم الولايات المتحدة الأمريكية في عام ١٩٢٠م .

كذلك بدأت تجارب التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية منذ أواخر العشرينيات من القرن الماضي مستفيدة بما سبقها من دراسات وتجارب في مجال الكهرباء ، والتصوير الفوتوغرافي ، والاتصالات السلكية واللاسلكية ، وفي أول يوليو ١٩٤١م بدأت خدمات التليفزيون التجاري في الولايات المتحدة .⁷

وخلال القرن العشرين اكتسبت وسائل الاتصال الجماهيرية أهمية كبيرة ، وخاصة الوسائل الإلكترونية (الراديو والتلفزيون) باعتبارها قنوات أساسية لنقل الأخبار والمعلومات والترفيه ، وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته ، وأنماط معيشته ، وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الحالية ، وقدمت الأفلام السينمائية واقع المجتمع وأحلامه ، وساعدت الإعلانات في تلبية حاجة الناس إلى السلع والخدمات .

• المرحلة السادسة : عصر الاتصال التفاعلي :

شهد النصف الثاني من القرن العشرين ثورة هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وترسخن هذه الثورة المعرفية في نهايات القرن الماضي الذي شهد اندماجا بين تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية واستخدامها في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنججه الفكر البشري بأسرع وقت ممكن ، وفي أقل حيز متاح . وتعد شبكة الإنترنت الحدث الأبرز في عصر الاتصال التفاعلي الذي تم فيه المزج بين كثير من وسائل الاتصال الجماهيرية في وسيلة واحدة ، واختزلت العددي من العمليات والمفاهيم الكلاسيكية في حقل الإعلام .

أحدث ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) internet ثورة معرفية في مجال الاتصالات و الإعلام ، غيرت مفاهيم كثيرة تتصل بالعملية الإعلامية التي تحدث في المجتمع ، وصارت علامة بارزة للعصر الذي نعيشه ، حيث اقترنت به كأهم سمات التطور التكنولوجي في تاريخ الإنسان ، وصارت عبارة (عصر الإنترنت) توصيفا دقيقا لأهم منجزات العصر الحديث.

لقد غيرت شبكة الإنترنت العالم ، إذ مثل ظهورها في أواخر الستينيات من القرن العشرين ، ثورة أطاحت بالعديد من المفاهيم والنظريات التي ظلت قائمة لقرون عديدة، وولدت مفاهيم ونظريات جديدة تشرح عملية الاتصال الجديدة ، ولم تكن وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية بمنأى عن هذه الثورة التي تكاد تعصف بوسائل إعلامية راسخة لم يكن يتوقع أحد أن تتعرض للاندثار وتصبح في ظل الإنترنت شيئا من الماضي ، ولا غرابة في أن تظهر بين الحين والآخر توقعات تشير إلى قرب انتهاء حضارة الورق لتحل محلها ما يمكن أن نسميه (حضارة الوسائط المتعددة والاتصال الجماهيري التفاعلي) ⁸ .

تطور شبكة الإنترنت :

يعد التطور في مجال الحاسب الآلي النواة الأساسية لظهور شبكة الإنترنت، فبعد أن نجح الإنسان في صنع آلة تنوب عنه عضليا يسعى لبناء آلة حاسبة من التروس والروافع إلي أن خرج إلي الوجود في نهاية الخمسينيات من القرن العشرين الكمبيوتر الرقمي ، ثمرة لالتقاء علوم الفيزياء والرياضيات المنطقية والهندسة الإلكترونية ، وقد أدى ذلك بدوره إلي ثورة تكنولوجية وليدة التلاقي الخصب لثالث عتاد الكمبيوتر hardware ، والبرمجيات software ، وشبكات الاتصالات ، وعلى مدى نصف القرن الأخير ارتقت هذه التكنولوجيا بصورة غير مسبقة خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر والأسرع والأكفا ، والأهم من ذلك صوب الأرخص والأسهل استخداما .⁹

ويمكن إعداد دليل تاريخي لظهور شبكة الإنترنت ، حيث بدأت محاولات متعددة منذ فترة طويلة ، وذلك على النحو التالي :¹⁰

- في ١٩٤٥ طرح فانيفار بوش Vannevar Bush آلة أسماها ميمكس ماشين Memex Machine لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينها ، وتمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة إلكترونية ، والوصول إلى المعلومات المرتبطة بها .

- وفي ١٩٦٩ قامت وكالة المشروعات البحثية المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية بوضع الأساس لقيام أول شبكة إلكترونية تربط بين عدد من أجهزة الكمبيوتر ، وأول من فكر بهذه الفكرة هو ليكليدر J. Licklider رئيس برنامج بحوث الكمبيوتر في الوكالة ، وحدد أربع مواقع التقاء للشبكة التي أطلق عليها أربانت ARPANET ، وتم أول اتصال مباشر بينها في ٢٥ أكتوبر ١٩٦٩ ، وتدرجياً ربطت الشبكة بين عدد كبير من الأجهزة والبرامج المختلفة ، وزاد عدد مواقعها في عام ١٩٧٠ إلى ١٣ موقعاً ثم إلى ٢٣ موقعاً في عام ١٩٧١ لتضم عدداً من الشركات والجامعات المرتبطة ببرنامج البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع .

- في ١٩٧٠ طور دينيس ريتش وكينيث تومبسون برنامج تشغيل الشبكات UNIX .

- في ١٩٧١ تم اختراع البريد الإلكتروني Electronic mail ، وتطوير برنامج لإرسال رسائل بريدية عبر الشبكة .

- في ١٩٧٣ خرجت شبكة أربانت إلي العالمية ، حيث تم أول ربط دولي بالشبكة ، وذلك بجامعة لندن بالمملكة المتحدة ، ومؤسسة "رويال ريدر استابليشمنت " Royal Rader Establishment في النرويج .

- في ١٩٧٤ سمح لمؤسسات أخرى غير مرتبطة بوزارة الدفاع الأمريكية بالحصول على معلومات محددة من الشبكة بعد تطوير قطاع تجاري فيها أطلق عليه تلتيت Tel Net .
- في ١٩٧٧ بدأ التوسع في خدمات البريد الإلكتروني ، وتزايد عدد الشبكات المرتبطة بأربانت إلى أكثر من ١٠٠ شبكة .
- في ١٩٧٩ ظهرت شبكة Use Net التي أدخلت خدمة مجموعات الحوار ومجموعات الأخبار .
- في ١٩٨١ أسست جامعة سيتي City University في نيويورك شبكة تعاونية أسمتها بت نت Bit Net فقدمت خدمات البريد الإلكتروني ونقل الملفات لعلماء الجامعة دون الوصول إلى شبكة أربانت .
- في ١٩٨٢ وضعت القواعد الأساسية لشبكة الإنترنت ، وشهدت أوروبا إنشاء شبكة مشابهة ربطت بين جامعات في هولندا والدانمارك والسويد وبريطانيا .
- في ١٩٨٣ انتقلت إدارة شبكة أربانت إلى المؤسسة القومية للعلوم في الولايات المتحدة ، وتحولت من شبكة عسكرية إلى شبكة مدنية .
- في ١٩٨٤ تزايد عدد المواقع إلى أكثر من ألف موقع بحثي وأكاديمي .

- في ١٩٨٦ تزايد عدد المواقع إلى أكثر من خمسة آلاف موقع ، وزاد عدد المجموعات الإخبارية إلى ٢٤١ مجموعة ، وتم وضع قواعد لنقل وتبادل الأخبار عبر شبكة الكمبيوتر .
- في ١٩٨٧ ولد ما يسمى بالإنترنت التجارية ، وأصبح عدد شبكات الكمبيوتر نحو ١٢٨ ألف شبكة .
- في ١٩٨٨ طورت الإنترنت خدمة التخاطب Internet Chat .
- في ١٩٩٠ زاد عدد الشبكات المتصلة بالإنترنت إلى ٣٠٠ ألف شبكة ، وزاد عدد مجموعات الأخبار إلى ألف مجموعة ، وتم تقسيم أربانت إلى شبكتين إحداها عسكرية Milnet والأخرى مدنية لا علاقة لها بوزارة الدفاع Internet ، وأصبح من الممكن للأفراد الاتصال بالإنترنت عبر التليفون .
- في ١٩٩١ طور كل من بول لندرن ومارك ماكيل برنامج جوفر Gopher لتصفح الإنترنت ، وشهد هذا العام أهم تطور في تاريخ الإنترنت وهو ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية WWW "الوورد وايد ويب World Wide Web" الذي اخترعه تيم بارنارز لي Tim Berners Lee واعتمد على تكنولوجيا النص الفائق Hypertext للربط بين الوثائق والملفات الصور والرسوم والأصوات على الشبكة .

الخدمات التي تقدمها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) :

تقدم شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) عددا من الخدمات الاتصالية والإعلامية تفيد المستخدم بشكل عام ، والإعلامي على وجه الخصوص ، ومنها :

أولا : خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail حيث يسمح البريد الإلكتروني الذي تقدمه غالبية المواقع مجانا بأن يقوم المشترك بإرسال وتبادل الخطابات والرسائل ونقل الملفات بين الأفراد والشركات في حوالي ١٩٤ دولة في العالم .
ويتميز البريد الإلكتروني بأنه :

(١) مجاني إلى حد كبير طالما كانت خدمة الإنترنت متاحة للفرد .

(٢) متوافر في غالبية المواقع .

(٣) تعدد برامج الاتصال التي يمكن استخدامها في إنجازه ، وسهولة استخدامها من خلال واجهات تطبيق ميسرة .

(٤) إمكانية الاحتفاظ بالبريد على الشبكة أو على جهاز الكمبيوتر وطباعته .

(٥) إمكانية تبادل لنصوص والصور بين شخصين وتبادل المواد متعددة الوسائط مثل الأصوات والأغاني ولقطات الفيديو .

(٦) إمكانية استخدام البريد الإلكتروني الصوتي من خلال البرامج المخصصة لذلك.¹²

وتعد خدمة البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات شيوعا وانتشارا على الإنترنت ، وتقدر الرسائل التي ترسل يوميا عبر البريد الإلكتروني بمليار رسالة ، كما أن عدد مستخدمي البريد الإلكتروني وصل في ٢٠٠٣ إلى ٦٠ مليون شخص يتزايدون بنسبة ٨٠٠% سنويا ، يصلون في ٢٠٠٥ إلى ٥٥٠ مليون مستخدم.¹³

ثانيا : الشبكة العنكبوتية الدولية WWW " World

Wide Web" وهي خدمة تتيح للمستخدم تصفح قواعد البيانات عبر شبكة (ويب) ، ويعد أكثر تطبيقات الإنترنت شعبية ، وتشير إلى تلك المجموعة من الخوادم المتصلة بالإنترنت والتي توفر صفحات جرافيكية عن المعلومات ، وكلما زاد عدد مشتركيها زاد المحتوى الذي تتضمنه ، وكلما زاد المحتوى الذي تتضمنه زاد عدد المشتركين المنضمين إليها.¹⁴

ثالثا : جماعات الأخبار News group :

وتتيح هذه الخدمة الانضمام إلى الجماعة أو الجماعات المهتمة بأي موضوع لمعرفة المزيد من الأخبار عنه ، وقراءة أو مشاركة الآخرين في الحوار والمناقشة حوله من خلال شبكة تدعى

Usenet ، وتستخدم هذه الشبكة عددا كبيرا من أجهزة الكمبيوتر المتصلة بشكل دائم بالإنترنت وتعرض على مدار الأربع والعشرين ساعة رسائل وأسئلة وتعليقات وأخبار وأجوبة على أسئلة يرددها القراء .

كما يمكن للمستخدم متابعة الأخبار وقراءة مئات الصحف على شبكة الإنترنت إما عن طريق موقع النشر لكل صحيفة كموقع جريدة الأهرام¹⁵ ، أو من داخل مواقع إعلامية مثل On line newspaper¹⁶ ، أو صحافة¹⁷ ، وغيرها .

رابعا : خدمة التخاطب الفوري Chat:

حيث تتيح كثير من المواقع غرفا للحوار chat rooms يتمكن المستخدم من خلالها محادثة عدد لانهائي من الأصدقاء عن طريق الحوار الصوتي أو المكتوب باستخدام لوحة المفاتيح وإرسالها إلى الطرف الآخر الذي يرد على الرسالة بأخرى وهكذا يتم التخاطب الفوري .

خامسا : خدمة الاتصال التليفوني :

عن طريق تزويد جهاز الكمبيوتر ببعض المكونات الصلبة hardware مثل كارت صوت وميكروفون ، وبعض المكونات غير الصلبة وهي البرامج الخاصة بالاتصال التليفوني على الإنترنت Internet phone software ، وتتيح هذه الخدمة التي

لم تحقق بعد انتشارا كبيرا لدى مستخدمي الإنترنت استخدام الشبكة في الاتصالات التليفونية الدولية بالمجان ، أو بتكلفة أقل كثيرا عن تكلفة الاتصال لتليفوني العادي .¹⁸

سادسا : خدمة نقل الملفات : File Transfer Protocol : FTP

وتسمح هذه الخدمة بإرسال أو نسخ ملفات في شبكة الإنترنت بشرط أن تكون هذه الملفات ممكنة للنقل العام ، إذ أن بعض أجهزة الكمبيوتر تحظر الدخول إليها بسبب السرية أو بسبب احتياطات أمن للدخول أو أن الجهات التي تملكها تفرض رسوما للدخول عليها .¹⁹

سابعا : القوائم البريدية : Mailing lists

وتتيح هذه الخدمة إرسال رسائل إلي عدد معين من المنضمين إلي هذه القوائم ، وتغطي موضوعات القوائم البريدية مجالات متخصصة معينة ، وتقرب في فكرتها من مجموعات الأخبار والنقاش .

سمات عصر الاتصال التفاعلي :

(١) التفاعلية Interactivity

وتعد هذه السمة من أهم السمات التي تميز شبكة الإنترنت بشكل خاص ، وتتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الإنترنت ، كالتخاطب الفوري Chatting ، وخدمات البريد الإلكتروني ، حيث تمكن قارئ أو متصفح موقع ما من التحوار مع كاتبه ، أو إرسال رسالة إليه ، الأمر الذي يعطي عنصر رجوع الصدى — أحد عناصر العملية الاتصالية — سمة الفورية والمباشرة بالقياس إلى تأخره في وسائل الإعلام الأخرى .
وتنقسم التفاعلية في الإنترنت إلى ثلاثة أشكال ، هي :

(أ) التفاعلية الإرشادية Navigational Interactivity

وهي التي ترشد المستخدم إلي (الصفحة التالية) أو (العودة إلي أعلى) وهكذا .

(ب) التفاعلية الوظيفية Functional Interactivity وهي

تلك التي تتم عبر البريد المباشر والروابط Links ومجموعات الحوار Newsgroup .

(ج) التفاعلية التكيفية Adaptec Interactivity وهي تلك التي تقدم غرف المحادثة ، وتتيح لموقع الإنترنت أن يكتيف نفسه لسلوك المتصفحين الزائرين .

(١) تعدد الوسائط Multimedia

وهو تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الإنترنت من صوت ونص وصور ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد ، وليس بالضرورة أن تجتمع كل هذه التكنولوجيات في منتج واحد ، بل تختلف المواقع طبقا لاختلاف مستوى تطورها ، وبسبب هذه السمة تكتسب شبكة الإنترنت مميزات كل أنواع الاتصال ، فهي تكتسب ميزة الاتصال الطباعي من خلال تقنية النص ، وتكتسب ميزة الاتصال الإذاعي بالراديو من خلال تقنية الصوت وتكتسب ميزة الاتصال التليفزيوني من خلال تقنية الصورة ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة وغيرها .

(٢) النصية الفائقة HTML :

(HypertextTransport Protocol) :

وهي لغة برمجة تستخدم لإنشاء وثائق نصوص مترابطة يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر ، وأصبحت صورة قياسية لهيكلية المعلومات ووضعها في وثائق ، وتحتوي وثائق النص المترابط على روابط links تحيل القارئ إلى مواقع أخرى مشابهة.

وتعني هذه السمة سهولة تنقل المستخدم من موقع إلى آخر على الشبكة في الحال ، وتقاس كفاءة الموقع بمقدار ما يتضمنه من روابط بواقع أخرى .

(٣) التدفق الشحني :

ويعني أن المعلومات على الشبكة تنتقل في شحنات وليس في تدفق خطي ، وذلك عبر طرق الإنترنت ، فإذا كانت وسائل الاتصال التقليدية تتبع خطا نمطيا في تقديم مادتها (مساحيا في الوسائل المطبوعة ، وزمنيا في الوسائل الإلكترونية) فإن التدفق في الإنترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها واستعراضها والخروج منها إلى شحنات أخرى .

(٤) التزامنية واللاتزامنية

تجمع وسائل الاتصال التفاعلية بين صفتي التزامنية واللاتزامنية طبقا لما يريده المستخدم وطريقة تعامله معها .

والتزامنية تعني أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد والحدثة والحالية بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى ، وتكون اللاتزامنية في بعض الخدمات ، ففي البريد الإلكتروني على سبيل المثال يمكن المستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية Instant message كما يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها يتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به Inbox لحين دخوله

إليه ، ويستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلي المرسل إليه في موعد محدد .

(٥) التفتيت :

وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلا من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة .

(٦) الحركة و المرونة :

حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان ، مثل الحاسب الشخصي ، والتليفون المحمول ، وكاميرات الفيديو المحمولة .

(٧) قابلية التحويل :

حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة ، والعكس .

(٨) الانتشار :

وتعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف وإضافات إلى وسائل ضرورية ووظيفية ، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار التليفون المحمول على نطاق واسع .

(٩) الكونية :

حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة

ويشير هذا العرض للمراحل المختلفة لنظرية الانتقالات إلى حقيقتين أساسيتين ، هما :²⁰

١- أن ثورات الاتصال قد حدثت عبر مراحل مختلفة ، وأحدثت كل مرحلة تغييرات كبيرة في الفكر الإنساني ، وفي تنظيم المجتمع وتراكم الثقافة .

٢- أن تطور وسائل الإعلام قد حدث يف مرحلة متأخرة من التاريخ البشري ، وأتاحت كل وسيلة إعلامية جديدة المزيد من فرص استخدام اللغة للمواطن العادي .

ويشير هذا العرض للمراحل المختلفة لنظرية الانتقالات إلى حقيقتين أساسيتين ، هما :²⁰

١- أن ثورات الاتصال قد حدثت عبر مراحل مختلفة ، وأحدثت كل مرحلة تغييرات كبيرة في الفكر الإنساني ، وفي تنظيم المجتمع وتراكم الثقافة .

٢- أن تطور وسائل الإعلام قد حدث يف مرحلة متأخرة من التاريخ البشري ، وأتاحت كل وسيلة إعلامية جديدة المزيد من فرص استخدام اللغة للمواطن العادي .

الفصل الرابع

نظرية الاستخدامات

والإشباعات

Uses and Gratifications

توجد عدة مداخل نظرية لدراسة استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام ، ومن بين هذه المداخل والنظريات مدخل الاستخدامات والإشباع **Uses and Gratifications** باعتباره يساعد على التعرف على نمط استخدام الجمهور لكافة الوسائل الاتصالية ، ودوافع استخدامهم لها ، والإشباع المتحققة من وراء هذا الاستخدام .

وتعد نظرية الاستخدامات والإشباع بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال ، حيث تعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدية الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك ، بينما يركز مدخل الاستخدامات والإشباع على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية ، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع بالنشاط ، والإيجابية ، والقدرة على الاختيار الواعي ، والتفكير ، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير ، والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور ، إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة .

ويؤمن مدخل الاستخدامات والإشباع أن للجمهور إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم ، وأي محتوى يختاره ، ويركز المدخل على الدوافع الخاصة ، ويفترض أن

المحتوى الأكثر فاعلية لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير على الشخص غير المستخدم للوسيلة في الإطار الاجتماعي والنفسي الذي يعيش فيه ، حيث تمثل قيم واهتمامات وأدوار الأفراد الاجتماعية العامل الحاسم في اختيار الأفراد لوسيلة الاتصال ولنوع المضمون المقدم من خلالها.¹

وتعتمد البحوث في مدخل الاستخدامات والإشباعات على افتراض أن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال ، إذ توجد لديهم دوافع تدفعهم لاستخدام وسائل الاتصال ، ومن هنا يظهر مصطلح (الاستخدامات Uses) ، كما يفترض أيضا أن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال ، ومن هنا يظهر مصطلح (الإشباعات Gratification)².

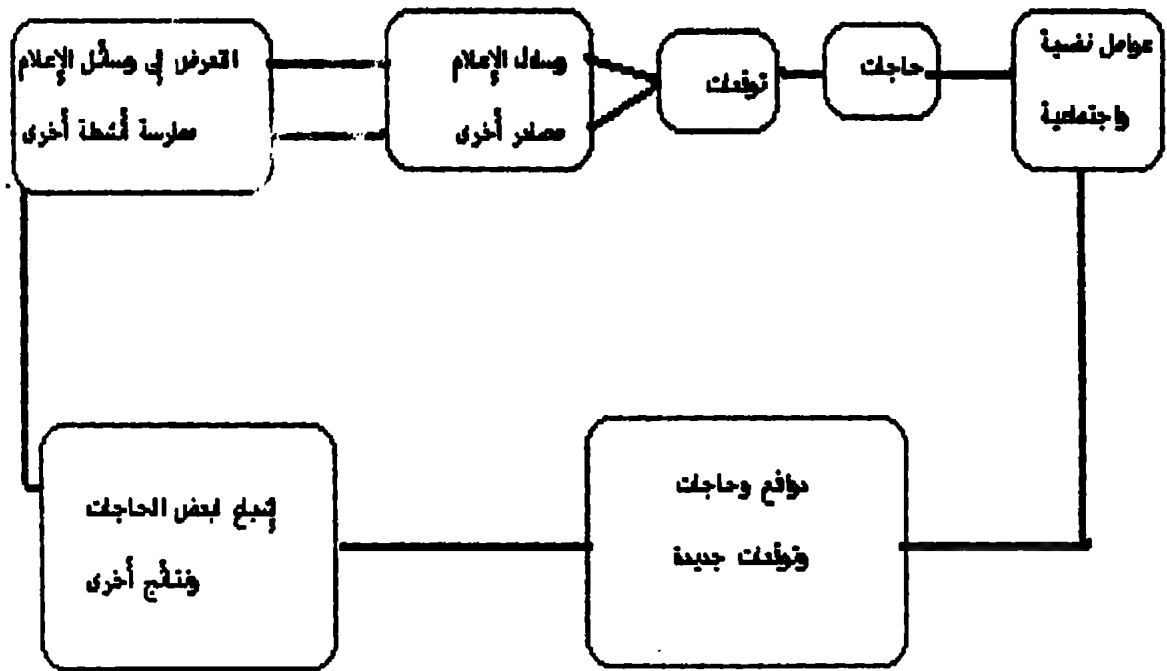
ومع انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة صاحب هذا الانتشار تأثيرات عديدة ، خاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال الجماهيري بشكل عام ، وتشمل تلك التأثيرات إعطاء المستخدم فرصة أكبر للتحكم في عملية الاتصال ، فلم يعد القائم بالاتصال هو المسئول الوحيد عن اختيار الرسائل والمضامين الإعلامية وفرضها على الجمهور ، بل أصبح لمجموعات الجمهور الذي يشترك أفرادها في الاهتمام بموضوع معين دور فعال في المشاركة في إنتاج وصياغة

هذه المضامين ³ . ويتضح ذلك بشكل واضح في تعامل مستخدمي شبكة الإنترنت ، والانتقائية العالية التي يمارسونها ، وطبيعة الدور الذي يؤديه في عملية الاتصال عبر الإنترنت .

تطور مدخل الاستخدامات والإشباعات :

طرح Elihu Katz مدخل الاستخدامات والإشباعات عام ١٩٥٩م في مقال رد فيه على رؤية Bernard Berelson بموت حقل أبحاث الإعلام ، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات ، حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس ، وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور ، واقترح Katz التحول إلى التساؤل حول ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية ، وطرح نموذج Riely and Riely ١٩٥١م الذي أكد استخدام الأفراد المختلفين لنفس مضمون الرسائل بهدف تحقيق إشباعات متباينة ، وتطور مفهوم الاستخدامات والإشباعات في دراسة Blumler & Katz ١٩٦٩م للانتخابات العامة البريطانية عام ١٩٦٤م ، والتعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب مشاهدة الحملات الانتخابية ، وحدد Katz &

Blumler & Gurevetch ١٩٧٤م اختصاص مدخل الاستخدمات والإشبعات بالأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والمصادر الأخرى ، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات والإشبعات ، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططا لها.⁴



شكل يوضح نموذج الاستخدمات والإشبعات⁵

وتطورت أبحاث الاستخدامات والإشباعات في فترة الثمانينيات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسة Stanford & Riccomini & Bryant & Zillman حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض لها في حالة توافق الإشباعات المتوقعة مع الإشباعات التي تم الحصول عليها.⁶

فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات

يبنى مدخل الاستخدامات والإشباعات على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال ، والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتصال ، فضلا عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال ، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعات لهذه الحاجات ، وقد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات ، وقد لا تنجح في ذلك.⁷

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلائم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام ، يمكن تلخيصها فيما يلي :

(١) أن السلوك الاتصالي سلوك هادف Purposive وذو دوافع Motivated ، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل .

(٢) يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية ، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية ، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ، يلبي رغباتهم ، كالبحث عن المعلومات لحل مشكلة ما .

(٣) يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام ، بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها ، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح أو الفلتر لاستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام .

(٤) قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية أو في البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى ، ومن ثم يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية و الثقافية السائدة في مجتمع ما ، من خلال استخدام أفراد وسائل الإعلام .

(٥) تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته ، فهناك علاقة مؤكدة بين الاتصال الشخصي والجماهيري ، حيث أن الطريقة التي تلبي بها وسائل الإعلام الاحتياجات تختلف من فرد لآخر باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد .⁸

ويحقق مدخل الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية ، هي :

(١) التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته .

(٢) شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض .

(٣) التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .⁹

ويرتكز مدخل الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محور هذا المدخل ، وتتمثل في :

- (١) افتراض الجمهور النشط Active Audience
- (٢) الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام .
- (٣) دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام .
- (٤) توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام .
- (٥) التعرض لوسائل الإعلام ، والإشباع، الناتجة عنه.¹⁰

أولا : افتراض الجمهور النشط :

فالجمهور وفقا لهذا المدخل يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته وأهدافه ، كما أن لديه الوعي الذي يمكنه أن يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل ، ومن هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل .¹¹

وتشير الدراسات الحديثة في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى أن مفهوم الجمهور النشط لا يفترض فقط أن الجمهور يختار ما يتعرض له من وسائل ورسائل إعلامية ، بل يتعدى ذلك إلى اختيار المعنى الذي يفسر في إطاره هذه الرسائل ، فالمعنى غير كامن في الرسالة الإعلامية ، بل هو كامن في ذهن

هذا الجمهور النشط ، الذي يفسر ما يتلقاه من رسائل في ضوء ما لديه من خبرات واستعدادات سابقة وعلاقات اجتماعية وإطار دلالي ، ثم في ضوء مدى توافق هذه الرسائل أو تعارضها مع ما لديه من اتجاهات ومعتقدات وقيم وآراء ، وينفي مفهوم الجمهور النشط الفكرة القائلة بوجود معنى واحد للرسالة يفسر في إطاره كل أفراد الجمهور مفردات هذه الرسالة ، فالجمهور نشط في اختيار الرسائل التي يتعرض لها ، وهو أيضا نشط في تفسير معاني هذه الرسالة بالطريقة التي ترضيه ، حتى أنه قد يفسر هذه الرسائل بطريقة قد تتناقض مع المعنى الذي يهدف إليه القائم بالاتصال .

وتشير الدراسات التي أجريت مؤخرا عن استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى نشاط وافر ومقنع للجمهور في ظل التطور التكنولوجي يكشف عن مزيد من الإيجابية لهذا الجمهور ، ومزيد من القوة التي يكتسبها من خلال الإمكانيات الهائلة التي تتيحها له تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، والتي أتاحت له كسر احتكار الدول لوسائل الإعلام ، وسيطرتها على مصادر المعلومات ، ووضعها للعديد من القيود على إنتاج الرسائل الإعلامية ، فمن خلال البريد الإلكتروني والقنوات الفضائية والإنترنت ، وغيرها أمكن للكثيرين الحصول على كثير من المعلومات والآراء التي ربما تكون قد حظرت بشكل رسمي في دولهم ، ولهذا يقول Ganley إن الأفراد أمكنهم في

إطار ما يتمتعون به من إيجابية أن يطوروا استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ، ويستخدمونها لتحقيق أهداف ربما لم ترد على بال صانعيها ، ولم تصمم من أجلها .¹²

ويقسم الباحثون نشاط وإيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة إلى ثلاثة مستويات :

(١) الانتقائية Selectivity وهي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال .

(٢) الاستغراق والاندماج Involvement أثناء التعرض لوسائل الاتصال .

(٣) الإيجابية ، بعد التعرض لوسائل الاتصال ، وتشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات ، بعد التعرض ، والاشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية¹³.

وقد أضافت الإنترنت والصحافة الإلكترونية بعدا جديدا لهذه المستويات ، حيث عمقت من مفهومها ، وأضافت معان جديدة لكل من الانتقائية والاستغراق الذي يشغل متصفح الإنترنت بشكل لا يوجد مع وسيلة أخرى ، والإيجابية التي يمارسها القارئ بالتصفح عبر مواقع الإنترنت .

ثانيا : الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام :

ويعني هذا أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده وتفاعله مع بيئته الاجتماعية ، ومن خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها ، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي ، والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل ، بل تؤثر أيضا على تفسيره لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها .¹⁴

ثالثا: دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام :

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية ، وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال .

وقد اعتبر كاتز Katz وزملاؤه ١٩٧٣م ، أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين ،

وقاموا بتجميع ٣٥ حاجة من البحوث السابقة ، وذلك لتحديد الوظائف الاجتماعية والنفسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن تجميعها في خمس فئات هي :

- الحاجات المعرفية : اكتساب المعلومات ، المعرفة ، الفهم .
- الحاجات العاطفية : العواطف ، الاستمتاع ، الخبرة الجمالية .
- الحاجة للتكامل الشخصي : تدعيم المصداقية ، الثقة ، الاستقرار .
- الحاجة للتكامل الاجتماعي : تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء .
- الحاجة لتخفيف التوتر : الهروب والترفيه .

وهناك خلاف بين الباحثين في دراسة دوافع التعرض لوسائل الإعلام ، فهناك وجهة نظر ترى أنه من الممكن النظر إلى الدوافع على أنها حالة داخلية يمكن للجمهور إدراكها وفهمها مباشرة من خلال منظور مدخل القيمة المتوقعة Expectancy Value Approach ، فإن دوافع الفرد للتعرض لوسائل الاتصال تعكس سلوكا إيجابيا ذا قيمة ، أو خصائص ذات قيمة في الوسيلة تدفع الجمهور للتعرض إليها ، وبالتالي فإن الفرد يكون قادرا على التعبير — وبشكل لفظي — عن أسباب استخدامه لوسائل الإعلام .

بينما هناك وجهة نظر أخرى ترى أنه ليس من الممكن فهم وإدراك دوافع الجمهور مباشرة ، فالدوافع لا يمكن فهمها مباشرة نتيجة تمتعها بدرجة عالية من التجريد . وصعوبة تقليل المكونات العاطفية للدوافع عند صياغتها في صورة لفظية ، وبالتالي يجب استنباط الدوافع من المبحوث عن طريق استخلاصها من الأفكار والسلوك .¹⁵

وكل من وجهتي النظر السابقة قد تكون هامة في بعض الدراسات الخاصة بدراسة سلوك الجمهور ، فكل قد يكون ملائما لبعض الدراسات دون الأخرى ، ومن ثم يمكن استخدام أكثر من منظور في وقت واحد .

رابعاً : التوقعات من وسائل الإعلام :

تعد توقعات الجمهور من وسائل الاتصال ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد ، كما تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الاتصال .

ولعل أحد الاتجاهات لتطور فهم تأثير دوافع جمهور وسائل الاتصال للتعرض لتلك الوسائل يمكن أن نجده في نظرية القيمة المتوقعة مع ربطها بنموذج الاستخدامات والإشباع ، وتفترض نظرية القيمة المتوقعة أن سلوك الإنسان يحكمه إدراك الشخص لاحتمالات المختلفة والقيمة التي قد تتحقق نتيجة السلوك ، وتمثل هذه النظرية حكما عاما في نظرية الاستخدامات والإشباع ، ففي حالة إغفال عناصر البناء الاجتماعي فإن التعرض لوسائل الاتصال ينتج عن بحث الأفراد عن النتائج ذات القيمة ، والتي تجعلهم يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل معينة أو لرسائل خاصة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها ، والتي يلتمسون فيها إشباع حاجاتهم¹⁶

ويمكن أن تساعد نظرية القيمة المتوقعة في فهم دوافع الجمهور والمؤثرات الأخرى التي تؤدي إلى التعرض لوسائل الاتصال ، وذلك من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور أو حاجاته وسلوك التعرض لوسائل الاتصال ضمن متغيرات أخرى قد تحقق القيمة المتوقعة للأفراد¹⁷.

خامسا : التعرض لوسائل الاتصال :

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع ، بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال ، وفي إطار هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الإشباع.¹⁸

وتتمثل أهم الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور المستخدم للإنترنت فيما يلي :

(١) استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي

Browsing and Exploring حيث كشفت إحدى

الدراسات الميدانية التي أجريت عام ١٩٩٥م أن ٩٠% من مستخدمي الإنترنت يكتفون بعمليات تصفح

واستعراض واكتشاف المواقع المختلفة والجديدة عليها ،

وأشارت دراسة أخرى إلى أن الإثارة التي يشعر بها

مستخدمي الإنترنت عند اكتشافهم لأبعاد ملامح ذلك

العالم الجديد تشبع حاجاتهم للهو والترفيه ، كما أنهم في

تعرضهم للمواقع المختلفة قد يصادفون ما يشبع

احتياجات معرفية لديهم .¹⁹

(٢) البحث عن المعلومات Information Seeking حيث

أظهرت إحدى الدراسات أن ٧٣% من مستخدمي الإنترنت يبحثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة ، وتستطيع شبكة الويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين بما توفره من مواقع معلوماتية مختلفة .

(٣) الاستمتاع والتسلية Entertainment حيث تبين أن ٥٧

% من مستخدمي شبكة الويب يقومون بذلك للترفيه والتسلية ، يساعدهم وجود العديد من المواقع الترفيهية التي تعرض مواد فكاهية ، أو مسابقات ، وغير ذلك من أشكال المواد الخفيفة .²⁰

(٤) الاتصال بالآخرين Communication with Others

حيث تستخدم شريحة كبيرة من مستخدمي الإنترنت هذه الوسيلة للدخول في مختلف أشكال الاتصال (من واحد إلى واحد ، من واحد إلى مجموعة ، من مجموعة إلى مجموعة) وتوجد تطبيقات مختلفة للاتصال الإنساني عبر الإنترنت ، سواء في الأنشطة البحثية والعلمية ، أو في مجالات الاتصالات الشخصية والاجتماعية ، مثل استخدام خدمات البريد الإلكتروني ، والجماعات

الإخبارية ، وجماعات المناقشة Usenet ، أو غرف
الحوار والدرشة Chat rooms .²¹

(٥) تحقيق الوجود الافتراضي Virtual Presence وهو
من الإشباعات التي يمكن تحقيقها من استخدام شبكة
الويب ، ويعني الوجود الافتراضي شعور المستخدم
بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها له الكمبيوتر ،
وتختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد بها .²²

وهناك عدة جوانب لمفهوم الحضور ، الوجود
الافتراضي ، منها ما يتعلق بخبرة نقل الواقع إلى
المستخدم في مكانه ، ومنها ما يتعلق بخبرة الاندخال أو
تبادل الأماكن ، والمقصود بخبرة نقل الواقع أو تصويره
الدرجة التي تستطيع فيها الوسيلة أن تقدم للجمهور
تصورات قريبة من تصوراتهم للموضوعات والأحداث
المختلفة ، وتبدو كما لو كانت حقيقية وواقعية .

ويمكن التفرقة بين نوعين من هذه الواقعية :

- الواقعية الاجتماعية ، أو إلى أي مدى يكون
المحتوى الإعلامي المقدم قريبا من الحياة
الواقعية ، ويعكس الأحداث التي تقع في العالم
المباشر المحيط بالمستخدم .

- الواقعية المرتبطة بالإدراك الحسي ، فقد يكون الموضوع المقدم غير مألوف في الواقع ، لكن طريقة عرضه أو الشكل الظاهري له يساعد على إدراكه حسيا ، ودمج المستخدم فيه ، برغم أنه قد يكون بعيدا جدا عن مسرح الحدث ، وتلعب تطبيقات الوسائط المتعددة دورا مهما في تحقيق هذه الفكرة .²³

الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات

تعرض مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى عدد من الانتقادات ، منها :

(١) يواجه المدخل الوظيفي في وسائل الإعلام العديد من الصعوبات أولها التداخل في مفهوم كلمة وظيفة Function فهو يمكن أن يستخدم بمعنى هدف Purpose أو نتيجة Consequence أو مطلب Requirement أو توقع Expection .

(٢) أن وسائل الإعلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تعمل بالأمانة عن نفسها فحسب ، وإنما تعمل أيضا نيابة عن

جماعات ومنظمات أخرى ، وهو ما يجعل من الصعب التمييز بين وظائف الإعلام وبين وظائف الأجهزة الأخرى في المجتمع .

(٣) أن المداخل الوظيفية تكون معنية بتكريس الوضع القائم ، والتتكر للتغير الاجتماعي .²⁴

(٤) صعوبة قياس الحاجات Needs مما يجعل عملية استنتاج الإشباعات التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة ، بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والإشباع والاستخدام .

(٥) الميل الشديد إلى الفردية في النهج والمفاهيم ، وهذا يؤدي إلى صعوبة الخروج بنتائج يمكن تعميمها على المجتمع ككل .

(٦) غياب النظرية الاجتماعية يجعل المدخل يتصف بدرجة عالية من التجريد ، حيث يتم عزل عملية الاتصال عن العمليات الاجتماعية الأخرى ،²⁵ فالأمر لا يتوقف على الحالة العقلية ، ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد ، والحالة الاقتصادية ، والتعليم .

(٧) يصف مدخل الاستخدامات والإشباعات الجمهور بالنشاط ، وهذا النشاط مرتبط بالانتقائية واختيار مضمون من محتوى وسائل الإعلام ، إلا أن فكرة نشاط الجمهور قد تتعارض مع افتراض آخر لهذا المدخل ، وهو أن الدوافع تتحدد بناء على الظروف والخبرات الاجتماعية ، كما أن هناك بعض الدلائل تشير إلى أن عملية التعرض لبعض الوسائل الإعلامية - كالتلفزيون مثلا - غير انتقائية .

(٨) أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط بدعوى إرضاء أذواق المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب الخ²⁶

الرد على الانتقادات الموجهة إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات :

تصدي الباحثون للرد على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل كإطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام ، منها :

- أن مفهوم الجمهور النشط يمكن التغلب على غموض هذا المفهوم من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مراحل ، تتمثل في الانتقاء قبل التعرض ، والاهتمام أثناء التعرض ، وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض .

- استطاع الباحثون وضع قائمة من الحاجات والإشبعات يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له ، وبذلك تم تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشبعاتهم .²⁷

الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشبعات :

- اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وأنواع الإشبعات وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة ، فتعرض الفرد لوسيلة معينة ، ومضمون معين سيؤدي إلى إشبعات معينة ترتبط بدورها بدوافع الفرد للتعرض للوسيلة الإعلامية .

- اتجاه يهتم بفحص العلاقة المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل واتجاهاتها .
- اتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتعرضهم لها ، مثل المتغيرات الشخصية ، والسياق الذي يتم فيه التعرض ، والنشاط الاجتماعي .

وقد يعود اهتمام الباحثين بهذا الاتجاه إلى ضرورة تقديم دلائل حول تأثير وسائل الإعلام منطلقين في تفسيراتهم من السمات الاجتماعية والفردية .²⁸

مراجع الفصل الرابع

¹ Gunter , Barrie ,Media Research Methods,Measuring Audience,Reactions and Impact(London :Sage Publications,2000) pp 15-21

² عبد الرحيم أحمد سليمان درويش ، تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباع التي تحققها ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٧م) ص ٦٩

³ Severin ,James W Tankard, Jr,Communication Theories : Origins,Methods,Uses In The Mass Media,3rd.edition,London(1992) p

⁴ هبة أحمد شاهين ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ميدانية ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠١م) ص ٢٣٧

⁵ د. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧م) ص ٢٢٢

⁶ هبة شاهين ، مصدر سابق ، ص ٢٣٨

⁷ عادل عبد الغفار فرج خليل ، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٥م) ص ٩

⁸ ثرمين سيد حنفي ، أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أنماط الاتصال الأسري في مصر ، دراسة مسحية مقارنة ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠٣م) ص ٢١ نقلا عن

Bryant& Dolf Zillman , 1994p 419

⁹ د. حسن عماد مكاوي ، استخدامات التلفزيون وإشبعاته في سلطنة عمان ، دراسة مسحية مقارنة على عينة من طلاب الجامعة ، مجلة بحوث الاتصال ، العدد الثامن (أغسطس - أكتوبر ٢٠٠٠م) ص ١ ص ٥٧-

¹⁰ أمل السيد أحمد متولي دراز ، قارئية الصحف المصرية المتخصصة ، دراسة تحليلية وميدانية ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ٢٠٠٢م) ص ٥٣

¹¹ W.J.Severin,J.Tankard,Jr: Communication Thories.ets ,p329

¹² G.D.Ganly ,The Exploring Political Power Of Personal Media (N J Norwood, Ablex Publishing Corp., 1992,p 10

¹³ Palmgren&Phlip, Uses And Gratification : Atheoretical Perspective, Communication Yearbook (8) , 1984,p.4

¹⁴ D.Croteau & W.Hoynes , Media Society : Industries,Images and Audiences.(Thousand Oaks,CA: Sage, 1997) pp 231-236

¹⁵ Austin S. Babrow, Thoery and Method in Research on Aduience Motives Journal of Broadcasting and Elictronic Media ,vol.32No 4 fall1988,p.471

¹⁶ "An expectancy/Value Approach to Media Gratifications "

P.Palmagreen,&J.D.RayburnII, in K.E.Rosengren,L.A.Wenner,&P.Palmgreen,(Eds) Media Gratifications Research : Current Perspectives (Beverly Hills : Sage, 1985) P.P 61-72

¹⁷ د ليلي حسين ، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه ،
مصدر سابق ، ص ١٠٢

¹⁸ المصدر السابق نفسه ، ص ١٠٣

¹⁹ Hunter, Christopher, Uses and Gratification of the Worled Wide Web (available on line at :

<http://www.bc.edu/bc-org/avp/cas/comm/webuses.htm>.) accesson 5/2/2004

²⁰ مها عبد المجيد صلاح ، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية وميدانية ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ،
٢٠٠٤) ص ١١٧

²¹ December, John, Units of Analysis for Internet Communication ,Journal of Communication , (Winter 1996) vol46, No.1 Pp14-35

²² Lombard,M, &Ditton ,T.At The Heart of it all: The Concept of Presence ,Journal of ComputerMediated Communication ,1997, Available on line at :
<http://jcmc-huji.ac.il/vol3/issue2/lombard.html>.accesson 5/2/2004

²³ مها عبد المجيد صلاح ، مصدر سابق ، ص ١١٩

²⁴ د.حمدي حسن ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩١م) ص ٢٣

²⁵ Philip Elliot, Uses and Gratifications Research :Acritique and Asociological Alternative ,in Jay Blumler and Elihu Katz (eds) The Uses of Mass Communication : Current Perspectives on Gratifications Research, (USA,Sage publications , 1974,3rd edition , p.p. 251-253

²⁶ Dennis Mcquil and Seven Windhal , Communication Models for The Study of Mass Communication (England : Longman Press , 1984)2nd edition ,p.78

²⁷ كمال ربيع الحاج ، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون والإشاعات المتحققة منها ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٨م
(ص ٢٢

²⁸ المصدر السابق نفسه ، ص ٢٣

الفصل الخامس

نظرية التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكترونية

نظرية التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكترونية

نموذج التفاعلية في الاتصال الشبكي :

يعد نموذج التفاعلية في وسائل الإعلام بين المرسل والمستقبل من أهم النماذج العلمية التي تشرح وتفسر عملية الاتصال التي تتم عبر المستخدم ومنتج الرسالة الإعلامية على شبكة الإنترنت ، حيث غير الاتصال التفاعلي عبر الإنترنت الكثير من المفاهيم المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية ، وألغى الكثير من الفوارق بين أطراف عملية الاتصال الشبكي ، وحد من قدرة القائم بالاتصال على سبيل المثال على تحديد أولويات (أجندة) الجمهور المتلقي .

وتتفق الإنترنت مع وسائل الإعلام التقليدية على نشر كم هائل من المعلومات لعدد ضخم جدا ولا نهائي من المستخدمين وأفراد الجمهور إلا أنها تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية في أنها تعطي عادة للمستخدم القدرة على الاستجابة الفورية والمباشرة لمصدر المعلومات إلى جانب القدرة على مناقشة الموضوعات المختلفة مع

غيره من المستخدمين ، وبالتالي فهي تعطي للمستخدم الفرصة لأن يكون مصدرا للمعلومات في نفس الوقت الذي يستقبلها فيه ، لذا فالإنترنت لديها الإمكانية لتكون أول وسيلة اتصال جماهيرية عالمية تفاعلية .¹

ويشير مفهوم التفاعلية إلى الدرجة التي يسيطر فيها المتلقي على عملية الاتصال ، ويتبادل الأدوار مع المرسل ، وهو ما جعل التفاعلية تركز على قدرة المتلقي على الاستجابة للرسالة ، وقدرة الوسيلة على نقل استجابة لاحقة لعملية تلقي الرسالة ، وهو ما جعل باحثي الاتصال يربطون بين تفاعلية وسيلة الاتصال والعوامل النفسية والسلوكية لدى المتلقي .²

وبالرغم من ارتباط مفهوم التفاعلية بالاتصال الشخصي المباشر إلا أنه يصلح لدراسة أنماط اتصالية حديثة مثل التليفزيون التفاعلي Cable TV والاتصال عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) .

ويرى رفائيلي أن مفهوم التفاعلية يشير إلى مدى تسلسل وارتباط الرسائل التي يتم تبادلها عبر عملية الاتصال ، ويشير إلى أنها تعني فورية ومباشرة درجة الاستجابة ، وتمثل عملية مترابطة ، وهي أيضا متغير يرتبط بإجراءات الاتصال ، ويمكن أن يشار لمستواها من حيث الجودة والتفاعلية ، وأشار في دراسته إلى

مجموعة من العوامل التي تتدخل في الموقف الاتصالي لتساعد على تحقيق التفاعلية ، وتشمل الإشباعات التي يشعر بها المتلقي من التفاعل مع الرسالة ، والتقبل ، وهي بذلك مرتبطة بعدة عناصر تتمثل في جودة الأداء ، والدوافع التي تشجع المتلقي على الرد على المرسل ، الرغبة في التواصل الاجتماعي ، ويؤكد على أن التفاعلية تؤدي إلى المزيد من التعاون بين أطراف العملية الاتصالية .³

و يتحقق هذا التعاون - ولو بشكل جزئي - في مواقع الصحف الإلكترونية التي تمكن المتصفح من ممارسة بعض الأنماط الاتصالية كالاشتراك في تحرير وإنتاج المادة المحررة ، أو إبداء رأيه وكتابة تعليق على الموضوع المنشور ، أو إرسال رجع صدى فوري من خلال البريد الإلكتروني أو المراسل أو ما إلى ذلك .

وقد أكد Xigen على أهمية استخدام نموذج التفاعلية في دراسة الصحف الفورية على شبكة الإنترنت لما تفرضه من ضرورة توافر مناخ اتصالي تفاعلي في استخدامها ، حيث يجب أن يتبع المستخدم مسارات معينة في التجوال ، وأن يقوم بنقر العناوين والوصلات الموجودة في الصفحات التي تنشط ، وتعرض له المعلومات المطلوبة مما يعني أن التفاعلية هي العنصر الأساسي الذي يعتمد عليه تصميم واستخدام الصفحات المنشورة على

الإنترنت ، كما توفر الإنترنت للصحف الفورية إمكانية وجود اتصالات مباشرة تربط بين المحررين وأفراد الجمهور وهو ما يعني حيوية وفورية استقبال رجع الصدى من الجمهور .⁴

وتعتمد درجة وصف الوسيلة الإعلامية بالتفاعلية على عدد من العوامل ، منها :

- عدد وشكل ونوع المدخلات التي تستطيع الوسيلة تقبلها من المستخدم والاستجابة لها .
- طبيعة المتغيرات التي يستطيع المستخدم التحكم فيها وتغييرها في الاتصال الغير مباشر مثل الترتيب الزمني للأحداث المعروضة .
- التنظيم والترتيب المكاني للمفردات .
- درجات الصورة ، وتدرجات الألوان وعوامل أخرى مثل مدة العرض وسرعته .
- مدى التوافق والملاءمة بين طبيعة مدخلات المستخدم ومخرجات (استجابة) الوسيلة .
- سرعة استجابة الوسيلة للمدخلات الخاصة بالمستخدم ، فالوسيلة التفاعلية المثالية هي التي تستطيع أن تستجيب في نفس وقت تلقي أوامر المستخدم .⁵

وقد أشار Mc Millan إلى أن للتفاعلية ثلاثة أشكال أو ثلاثة مستويات تدرج كلها تحت المفهوم الشامل للتفاعلية في عملية الاتصال منعا لحدوث أي لبس في فهم أبعادها ، وهي :

(١) التفاعل في علاقة المستخدم بغيره من المستخدمين User-to- User ، مثل أشكال الاتصال التفاعلي الشخصي التي تعتمد على الحاسب الآلي ، ومنها البريد الإلكتروني ، والدردشة ، وتكمن أهم ملامح ذلك المستوى من التفاعلية في أنه يعد أول تطبيق للتزامنية مقترنة بالاتصال المكتوب .

(٢) التفاعل بين المستخدم والوثائق User-to- Document وهو الشكل الذي يسمح للمستخدم بالتحكم التكنولوجي في اختيار المحتوى والتفاعل معه ، مثل استخدام الصفحات الفورية التي تعتمد على هيكل الهايبرتكست .

(٣) التفاعل بين المستخدم والنظام User-to- System وتتضمن مختلف أشكال التفاعل بين الإنسان والآلة مثل الألعاب وآليات البحث .⁶

والصحافة الإلكترونية تتسم بالفورية والتفاعلية التي تمكن المستخدم من التفاعل مع غيره من المستخدمين من خلال ساحات

الحوار والردشة ، أو من خلال التعرف على آراء وتعليقات المستخدمين على المضمون المقدم في الموقع الإلكتروني ، أو بأي وسيلة أخرى ، كما تمكن المستخدم من التفاعل مع النص المقروء ، وذلك بإتاحة الحرية الكاملة في الانتقاء من النصوص المتاحة على الموقع ، ثم إمكانية حفظ المادة الإعلامية في ملف إلكتروني خاص به ، أو طبعه ، أو التعليق عليه في المواقع التي تتيح ذلك .

التفاعلية في استخدام الصحافة الإلكترونية المصرية

وفي دراسة ميدانية عن الأشكال التفاعلية التي يستخدمها جمهور الصحافة الإلكترونية ، كانت أهم النتائج المتعلقة بهذا السياق ما يلي :⁷

يشير مفهوم الجمهور النشط في هذا السياق إلى استخدام واحد أو أكثر من الأشكال التفاعلية التي تميز الصحف الإلكترونية عن مثيلاتها الورقية ، بالإضافة إلى ما يدل عليه مفهوم الجمهور النشط عموماً من عمليات الانتقاء والاختيار .

وبيّنت نتائج الدراسة أن أكثر الأشكال التفاعلية استخداماً من النخبة عينة الدراسة كانت المشاركة في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي التي تقوم بعض الصحف بإعدادها للتصويت لمستخدميها ،

حيث ذكر ٨١,٧% من المبحوثين أنهم يستخدمون هذا الشكل التفاعلي ، منهم ٤٢,٤% يشتركون في الاستفتاءات بانتظام ، و ٣٩,٣% يشاركون فيها بين الحين والآخر ، بينما ذكر ١٨,٣% فقط من المبحوثين أنهم لا يشتركون في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي .

وبينت نتائج الدراسة أن استخدام المبحوثين للبريد الإلكتروني الذي يتيح الموقع التابع له الصحيفة جاء في المرتبة الثانية ، ولكن بنسبة ليست عالية (٣٨,٩%) ، ويحرص ١٣,١% من المبحوثين على استخدام البريد الإلكتروني على مواقع الصحف الإلكترونية المصرية غالبا ، ويستخدمه ٢٥,٨% أحيانا ، في حين لا يستخدمه ٦١,١% من المبحوثين ، وربما يرجع ذلك إلى:

- أن هناك أماكن أخرى تقدم خدمات البريد الإلكتروني المجانية بإمكانيات ومساحات أكبر .
- وأن غالبية الصحف الإلكترونية تشترط للاستفادة من هذه الخدمة الدخول على الخادم Server الخاص بموقع الصحيفة من خلال أرقام تليفونات خاصة بها .
- وأن كثيرا من الصحف الإلكترونية المصرية لا تتيح لمستخدميها هذه الخدمة .

كما كشفت الدراسة عن قلة مشاركة المبحوثين في غرف الحوار والنقاش Chat Rooms على مواقعها ، إذ لا يستخدم هذه الإمكانية سوى ٣١,٤% من المبحوثين ، منهم ١٤,٤% فقط يستخدمونها غالبا ، و ١٧% يستخدمونها أحيانا ، وبلغت نسبة من لا يدخل على ساحات الحوار في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية ٦٨,٦% من المبحوثين ، ويرجع ذلك إلى أن كثيرا من مواقع الصحف الإلكترونية المصرية لا توفر هذه الخدمة لمستخدميها ، الأمر الذي يبين أنها لا تستفيد من كثير من الإمكانيات التفاعلية التي تتيحها لها شبكة الإنترنت .

وأظهرت نتائج الدراسة أن ٢٧,٩% من المبحوثين يستخدمون القوائم البريدية ، ١١,٨% يستخدمونها غالبا ، و ١٧,٩% يستخدمونها أحيانا ، وبلغت نسبة من لا يستخدمون القوائم البريدية في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية ٧٠,٣% من عينة الدراسة .

كما دلت نتائج الدراسة أن نسبة ضعيفة تستخدم خدمة المراسل Messenger على مواقع الصحف الإلكترونية المصرية (١٦,١%) حيث يستخدمها ٥,٢% غالبا ، ١٠,٩% أحيانا ، في حين لا يستخدم المراسل ٨٣,٩% من عينة الدراسة الذين يستخدمون الصحافة الإلكترونية المصرية .

وتؤكد هذه النتائج على أن مواقع الصحف الإلكترونية المصرية غير قادرة حتى الآن على اجتذاب أعداد كبيرة من القراء الذين يفضلون مثل هذه الممارسات التكنولوجية التفاعلية على الإنترنت .

مراجع الفصل الخامس

^١ منها عبد المجيد ، مصدر سابق ، ص ٩٩

McMillan, J.Sally,(2000)What is Interactivity and What Does It Do ? Paper Presented at The Communication Technology and Policy Division .Association for Education in Journalism and Mass Communication ,Annual Conference in Phoenix AZ

^٢ Rafaeli, Sheizaf and Sudweeks,Fay(1997) Networked Interactivity , Journal of Computer Mediated Communication (online) vol .2 No 4. Available : [http://www. Use.edu./dept/annenberg/vol12/issue4/rafaeli.sudweeks.html](http://www.Use.edu./dept/annenberg/vol12/issue4/rafaeli.sudweeks.html)

^٣ Li, Xigen , (Summer, 1998) , Web Page Design and Graphic Use of three Unewspaper, Journalism Quarterly and Mass Communication , Vol75, No.2, Pp : 353-365

^٤ Lombard, M., and Ditton , T., (1997) At The heart of it all : The Concept of Presence , Journal of Computer Mediated Communication (on line) , 3(2) available " :

[www.jemchttp//
.huji-ac.il/vol3/Issu2/Lombard.html](http://www.jemchttp//.huji-ac.il/vol3/Issu2/Lombard.html).

^٥ Livingston , Sonia, Young People and New Media Childhood and Changing Media Envirnment , London : Sage Publications , First Edition , 2002, Pp213-215.

^٦ د. رضا عبد الواحد أمين ، الصحافة الإلكترونية (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧م) ص

٢٠١-٢٠٣

الفصل السادس

نظرية نشر وتبني الأفكار المستحدثة

Diffusion of Innovation Adoption

نظرية نشر وتبني الأفكار المستحدثة

Diffusion of Innovation Adoption

يعد مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة من أهم المداخل النظرية التي تساعد في فهم طبيعة استخدام الجمهور للصحافة وكافة وسائل الإعلام بشكل عام ، والصحافة الإلكترونية بشكل خاص باعتبارها شكلا جديدا من أشكال الاتصال ، ونمطا جديدا من أنماط التعامل الإنساني عبر وسائل الاتصال ، وتعد الصحافة الإلكترونية -التي لم تصل بعد إلى درجة الجماهيرية بشكل كبير طبقا لمفهوم الحشد الحدي Critical Mass - نمطا اتصاليا مستحدثا تلعب النخبة دور كبير في تبنيه وانتشاره.

و يطلق مفهوم الأفكار المستحدثة على فكرة معينة أو موضوع ما يدرك من قبل الفرد على أنه جديد ، وكما يقول روجرز فإن نشر الأفكار المستحدثة يعتبر أساس التغير الاجتماعي ، سواء كان ذلك في قبول المستحدث أم رفضه ، ولأن نشر هذه الأفكار يعتمد أساسا على الاتصال المباشر وغير المباشر يمكن أن يقال إن التغير الاجتماعي هو إحدى نتائج عملية الاتصال ¹.

فالتغيير الاجتماعي عملية منظمة تتم بواسطتها تغيير بنية ووظائف النظام الاجتماعي ، وتتم عملية التغيير الاجتماعي بثلاثة مراحل :

- مرحلة خلق أو إنتاج شيء ما يمكن اعتباره جديدا أو مختلفا .

- مرحلة نشر أو إيصال هذا الشيء الجديد (المستحدث) لأفراد النظام الاجتماعي .

- مرحلة النتائج الفردية أو الجماعية التي تظهر إما من قبول المستحدث أو رفضه .

والمرحلة الأخيرة هي التي تحدد حدوث التغيير الاجتماعي أم لا ، وبغض النظر عن الموقف من الشيء المستحدث ، فإنه يمكن تصنيف النتائج التي تظهر في الفئات التالية :

(١) نتائج وظيفية أو غير وظيفية ، وهذا الأمر يعتمد على كون المستحدث المراد نشره في النظام الاجتماعي قد لاقى قبولا أم لا .

(٢) نتائج مباشرة وغير مباشرة ، وهذا الأمر يعتمد على كون التغيير الاجتماعي حدث نتيجة الاستجابة الفورية للمستحدث ، أو نتيجة للآثار التي نجمت عن المستحدث .

(٣) نتائج ظاهرة ونتائج كامنة ، وتعتمد على كون المستحدث مدركا ومقصودا من قبل أفراد النظام الاجتماعي أم لا .²

وتتحدد عملية نشر الأفكار المستحدثة بأنها عملية تداول الاتصال بشأن فكرة ما من خلال قنوات معينة ، وخلال فترة من الوقت بين أفراد ينتمون لنظام اجتماعي .
بينما تتحدد عملية تبني المستحدثات بوجه عام بأنها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد منذ علمه بالابتكار وحتى تبنيه له ،
وتمر هذه العملية بخمس مراحل رئيسة ، هي :

- مرحلة الوعي بالفكرة Awareness
- مرحلة الاهتمام Interest
- مرحلة التقييم Evaluation
- مرحلة التجريب Trial
- مرحلة التبني Adoption³

وتوجد عدة محددات تؤثر في تبني المستحدثات بوجه عام ،
منها ما يتعلق بالمستحدث نفسه ، ومنها ما يتعلق بالفرد :

أولا : عوامل ترتبط بالشيء المستحدث :

• الفائدة النسبية Relative Advantage

وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه أفضل وأنفع من الأفكار السابقة ، ويمكن قياس هذا الأمر من خلال عوامل منها العوامل الاقتصادية ، المكانة الاجتماعية والملائمة ، وإرضاء الأفراد ، ومن الملاحظ أنه كلما زادت عملية إدراك الفرد للفوائد النسبية للمستحدث كلما زادت سرعة تبنيه ⁴.

• الملائمة Compatibility

وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه ينسجم مع قيمه وخبراته السابقة ، وكذلك مع حاجاته الحالية من هذا المستحدث ، والمستحدث الذي لا يتوافق مع الأمور السابقة لا ينتشر بسهولة ، وفي هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم ، اسائد في المجتمع ، وهو أمر يتطلب الكثير من الجهد ⁵.

• التعقيد Complexity

فكلما كانت الأفكار أو الممارسات المستحدثة سهلة نسبيا في الفهم أو الاستخدام من قبل الفرد ، كلما كانت عملية انتشارها وكذلك تبنيها أسرع وأفضل ، غير أن فكرة التعقيد قد تختلف من شخص لآخر ، ومن مرحلة عمرية لأخرى ، فاستخدام الكمبيوتر وتصفح مواقع شبكة الويب مثلا يتطلب بعض

المهارات قد تبدو غير معقدة لجيل الشباب ، وقد تبدو معقدة لأجيال غير متمرسة على استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة .

• إمكانية التجريب Trialibity

كلما توافر للمستحدث إمكانية التجريب - ولو على مستوى محدود - كانت إمكانية تبنيه من الأفراد أكبر ، وبصفة عامة فإن المستحدثات التي يمكن تجربتها على مراحل يكون تبنيها أسرع من قبل الفرد ، لاسيما وأن هذه العملية تقلل من المخاطر التي يمكن أن يتوقعها الفرد منها .⁶

وفي ضوء ما سبق يمكن فهم سبب ما أشارت إليه بعض الدراسات حول عدم ترحيب عدد كبير من مستخدمي الصحف الإلكترونية بوجود إجراءات سابقة قبل تصفحهم لمحتوى الصحيفة ، حيث تطلب بعض مواقع الصحف أن يقوم المستخدم بتسجيل بياناته الشخصية في أول مرة لاستخدامها ، بينما تقصر صحف أخرى بعض خدماتها على المشتركين فيها ، كما توجد بعض الصحف التي لا تتيح الاطلاع على محتواها إلا نظير اشتراك مالي .⁷

• التكلفة Cost

وهي أحد الأبعاد الداخلة في تكوين الميزة النسبية ، إذ أن أي خدمة أو منتج جديد يتطلب تكلفة مادية أكبر تصبح عملية تبنيه

تبدو أبطأ مما لو كان المستحدث المراد تبنيه يتطلب إنفاقاً أقل ،
ومن هنا كان لانخفاض أسعار أجهزة الكمبيوتر ، وانخفاض
تكلفة الدخول على شبكة الويب أثر كبير في ظهور الصحف
الإلكترونية وتطورها .

• الفعل الجماعي Collective Action

تتطلب أغلب المستحدثات اتخاذ قرار التبني بشكل فردي ، غير
أن بعض المستحدثات تتطلب اتخاذ قرار على المستوى
الجماعي .

ويشير الباحثون إلى أنه ينبغي التركيز على بعض الخصائص
تبعاً للمرحلة التي تمر بها عملية التبني :

- ففي مرحلة الإدراك والمعرفة يجب التركيز على
خاصتي البساطة والملائمة .
- وفي مرحلة الإقناع يجب التركيز على خادسي
الفائدة النسبية ، ووضوح الآثار والنتائج .
- أما في مرحلة اتخاذ القرار فيجب التركيز على
إبراز خاصية إمكانية التجريب .⁸

ثانيا : عوامل خاصة بالفرد :

- مدى ثقة الفرد في قدرته على استخدام المستحدث والاستفادة منه .

من العوامل المؤثرة على تبني المستحدثات ما يتعلق برؤية الفرد لقدراته وثقته بها ، وإيمانه بقدرته على تبني المستحدث واستخدامه ، لأن الفرد قبل أن يجرب استخدام مستحدث فإنه عادة ما يسأل نفسه عن مدى قدرته على استخدام المستحدث ، والاستفادة منه .⁹

● الدوافع الوقتية

تعد الدوافع الوقتية Status Incentives من أقوى العوامل النفسية نحو تبني المستحدثات ، ذلك أن بعض الأفراد يحبون أن يكونوا الأوائل عادة في استخدام المستحدثات ، سواء كانت أفكارا جديدة ، أو آليات جديدة ، أو حتى لو كانت صيحة جديدة في عالم الأزياء ، وعندما تبدأ الأغلبية في تبني ذلك للمستحدث فإن قيمته الرمزية كمستحدث بالنسبة لفئة المتبنين الأوائل تنخفض ويبدؤون في البحث عن مستحدث جديد وهكذا .

● قيم ومعتقدات الفرد وتصوراتاته الخاصة

حيث تحدد القيم والمعتقدات أنماط السلوك الموجودة عند أفراد المجتمع ، وهي كذلك مقاييس وإرشادات لأفراد المجتمع لاتباع

السلوك المسموح به ، وقد أثبتت البحوث والتجارب التي أجريت أن عملية انتشار المستحدثات تتأثر بشكل كبير بهذه المعايير ، وقد وجد أن بعض المعايير قد تقف حائلا دون انتشار بعض الأفكار الجديدة ، وقد يساعد البعض منها على تسريع هذه العملية ، ويمكن تصور أن هذه القيم والمعايير تندرج في مقياس نموذجي بين التقليد والحدثة ، والمعايير الحديثة وفقا لذلك يمكن أن تتضمن التقدم نحو التجديد والتطور والتغيير ، ولهذا يمكن الاستنتاج أن المجتمع الحديث الذي تسوده هذه المعايير يمكن أن يتصف باتجاهه الإيجابي نحو التغيير ، ووجود التطور التكنولوجي مع انتشار التخصصات الدقيقة ، وانتشار العلاقات المنطقية ، والانفتاح على الخارج ، والتساهل في دخول الأفكار الجديدة ، والقدرة على تصور أنفسهم في أماكن غيرهم ، وهو ما يعرف بالقدرة على التقمص الوجداني .¹⁰

وتتوافر لدى بعض الأفراد قدرة التأثير على اتجاهات وسلوكيات الآخرين يسمون قادة الرأي ، النخبة ، الصفوة ، وهم يمثلون نمطا من أنماط القيادة غير الرسمية في المجتمع ، ويكتسبون مصداقية الرأي والسلوك الذين يؤثران بهما على الأفراد من خلال عدد من المميزات :

- (١) القدرة على التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة ومصادر المعلومات .
- (٢) الانفتاح على العالم الخارجي ، والتعامل معه ومع الأنماط الأخرى من العلاقات الاجتماعية .
- (٣) التمتع بمراكز اجتماعية عالية ، ومستوى تعليمي مرتفع غالبا ، غير أنه يمكن التغاضي عن هذه الميزة في بعض الأحيان .
- (٤) القدرة على التواصل مع دعاة التغيير الرسميين أكثر من زملائهم .
- (٥) التمتع بروج تجديدية تقبل كل ما هو جديد ، وعلى ابتكار الأفكار الجديدة .^{١١}

نموذج التدفق Flow Theory

يعد نموذج التدفق مدخلا هاما لوصف التفاعل بين الفرد وأجهزة الحاسب الآلي ، وقد لخصت الدراسات أبعاد نموذج تدفق المعلومات في أنظمة الاتصال بواسطة الحاسب الآلي فيما يلي :

-التحكم Control

حيث يمتلك الأفراد في حالة التدفق القدرة على التحكم في تفاعلاتهم مع الوسيلة التكنولوجية ، وهذا الشعور بالسيطرة في حالة النصوص على سبيل المثال يجعل الفرد يتمكن من تحريكه وتعديله وحذفه ونسخه وتخزينه .

-تركيز الانتباه Attention Focus

بمعنى تركيز الفرد انتباهه على النشاط الذي يقوم بممارسته ، حيث يضيق انتباه المتلقي في إطار معين ، وفي هذه الحالة فإن الفرد يفقد الوعي الذاتي ، ويصبح مستغرقا بشكل تام في النشاط الذي يقوم به .

-الفضول Curiosity

عادة ما يتم استثارة الفضول من خلال المثيرات المفاجئة ، ويمكن أن يتحقق ذلك لمستخدم شبكة

المعلومات الدولية (الإنترنت) من خلال الخصائص
التكنولوجية التي يتميز بها الاتصال الإلكتروني مثل
الصوت والألوان والحركة ، وهذه الأنظمة تثير النشاط
العقلي عن طريق رغبة المتلقي في تحقيق نوع من
الكفاءة في الاستخدام .

-الاهتمام الفاعل Intrinsic Interest

فعندما يكون الأفراد في حالة التدفق فإنهم يجدون
التفاعل شيقا بالدرجة التي يكتسبون معها فوائد عملية
مع المعاني التي يكتسبونها بغرض التسلية والمتعة .¹²

مدخل ثراء الوسيلة الإعلامية Media Richness

تختلف وسائل الاتصال من حيث قدرتها على إزالة الغموض
وتحقيق متطلبات الفهم ونقل البيانات ، ويمكن تصنيف هذه الوسائل
من الأكثر ثراء Rich إلى الأقل ثراء بناء على مجموعة من
العوامل :

- (١) وجود رد فعل فوري يجعل المشاركين في عملية
الاتصال يتوصلون إلى الفهم المشترك .

(٢) استخدام مجموعة من الرموز لتوصيل المعاني والمشاعر ، مثل لغة الجسد مثلا .

(٣) استخدام اللغة الطبيعية لتوصيل المعاني .¹³

كما تفرق هذه النظرية بين وسائل الاتصال من حيث درجة ثرائها على أساس قدرتها على تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور .¹⁴

ووفقا لهذه المحددات فإن الإنترنت كوسيط حامل للصحافة الإلكترونية تتطوي على كثير من عوامل الثراء من حيث إمكانية فورية رجع الصدى وسهولته ، ومن حيث تعدد الأشكال الإعلامية التي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المستقبل ، بالإضافة إلى ذلك فإن الفضاء السبراني غير المحدود يقضي على إشكالية المساحة ، ويقدم خلفيات توضيحية ، وموضوعات ذات صلة تشرح وتفسر وتوضح أبعاد الفكرة الإعلامية التي تؤديها الرسالة الاتصالية .

مراجع الفصل السادس

¹ Everett Rogers & Floyd Shoemaker , Communication of Innovation : Agross-cultural Approach , second Edition , (New York , The Free Press, 1971) P.1

² Ibid.P.11

³ Bryant .Jennings and Susan Thompson , Fundamentals of Media Effects, (New York:Mc Grow-Hill Companies,2002) P113-119

⁴ Rogers & Shoemaker, Op cit.P.22

⁵ د. شاهيناز محمد طلعت ، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية : دراسة نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ط ٢ ، ١٩٨٦) ص ٢٩٤

⁶ ندى محيي الدين الساعي ، استخدام شبكات المعلومات وأثره على معدلات التعرض للتلفزيون ، دراسة تطبيقية على مستخدمي الشبكة القومية للمعلومات ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٧) ص ٦٢

⁷ مها عبد المجيد صلاح ، مصدر سابق ، ص ١٢٢

⁸ د. إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة والإعلام ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٦) ص ٣٤٠

⁹ Brynat, Jennings and Susan Thompson, op.cit , Pm 119

¹⁰ Rogers & Shoemaker, Opcit, P31

¹¹ ندى محيي الدين الساعي ، مصدر سابق ، ص ٧٧ ، ٧٨

¹² د. شاهيناز بسيوني ، علاقة الجمهور المصري بالحاسبات الشخصية كوسائل اتصال منافسة لوسائل الاتصال الجماهيري ، مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق : العدد ١٦ ، أكتوبر ١٩٩٩ م) ص ٣٩ ، ٤٠

¹³ Trevino, Lengel and Daft, Media Symbolism , Media Richness and Media Choise in Organizations asymbolic Interactionist Persepctive, Communications Research , vol14, No5 October 1987, p.557

¹⁴ د. شاهيناز بسيوني ، العوامل المؤثرة في ثراء المضمون المعلوماتي بموقع الهيئة العامة للاستعلامات على شبكة الإنترنت ، مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق : العدد ٢٠ ، أبريل ١٩٩٨) ص ٢ .

منتدی سور الانزبکیہ

WWW.BOOKS4ALL.NET